مدخل إلى وسائل الاعلام الإلكتروني والفضائي





الأستاذ الدكتور
رضوان مفلح العلي

الدكتور
مصطفى يوسف

الدكتورة
نيرمين خلدون أحمد





الأردن - عمان

هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594+

ص.ب: 366 عمان 11941 الأردن

E-mail:dar_alhamed@hotmail.com

E-mail:Darathamed@yahoo.com



الأردن - عمان

هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594+

ص.ب: 366 عمان 11941 الأردن

E-mail:dar_alhamed@hotmail.com

E-mail:Darathamed@yahoo.com



مدخل إلى وسائل الإعلام
الإلكتروني والفضائي

مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي

الأستاذ الدكتور

رضوان مفلح العلي

الدكتور

مصطفى يوسف

الدكتورة

نيرمين خلدون أحمد



رقم التصنيف : 302.23

المؤلف ومن هو في حكمه : رضوان مفلح العلي,مصطفى يوسف كافي, نيرمين خلدون احمد.

عنوان الكتاب : مدخل الى وسائل الاعلام الالكتروني والفضائي.

رقم الإيداع : 2014/12/5761

الواصفات : /الاعلام//وسائل الاتصال/.

بيانات الناشر : عمان – دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

(ردمك) ISBN 978-9957-32-907-5

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية.

الطبعة الأولى 2016-1437هـ



دار الحامد للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - شفا بدران - شارع العرب مقابل جامعة العلوم التطبيقية

هاتف: 5231081 6 962+ فاكس : 5235594 6 962+

ص.ب . (366) الرمز البريدي: (11941) عمان – الأردن

www.daralhamed.net

E-mail : daralhamed@yahoo.com



بسم الله الرحمن الرحيم
وَقُل رَّبِّ زِدۡنِي عِلۡمٗا ١١٤
[طه:114]

المحتويات

الموضـــوع	الصفحة

الموضـــــوع	الصفحة

الموضـــــوع	**الصفحة**

الموضـــوع	الصفحة

القسم الأول

وسائل الإعلام الإلكتروني

الفصل الأول

وسائل الإعلام التقليدي

وسائل الإعلام التقليدي

1- **مفهوم الإعلام:**

يتسع مفهوم الإعلام ليشمل العديد من الوسائل والأدوات التى تستهدف الجمهور لتوصيل معلومات محددة، إلى جمهور مستهدف، وقد تطور الإعلام من كونه طريقة فى التعبير عن إرادة الحاكم إلى وسيلة للتمرد ومعارضته،ويرى البعض أن مفهوم الإعلام بأنه: التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير ولروحه أو ميولها واتجاهاتها في نفس الوقت. الألماني "أتجورت".

وثمة تعريفات للإعلام عديدة فيعرفه "ريدفيلد" بأنه المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر. بينما يعرفه "ريفيز" بأنه يشمل كافة طرق التعبير التي تصلح للتفاهم المتبادل.

وتشمل وسائل الإعلام (أو وسائط الاتصال) أشكالا مختلفة ومتراكمة تاريخياً،فعلى الرغم من أن لم يبدأ الحديث عن الوسائط إلا فى فى عشرينات القرن العشرين،إلا أن الاهتمام بتلك الوسائط كان أقدم من ذلك بكثير بداية بفن البلاغة الذى مارسه اليونانيين والرومان القدماء،الاتصال الشفهى والبصري وغيرها حتى مرت البشرية بما سمى "بعصر الصحافة" و"عصر الإذاعة" و"عصر التلفزيون" و"عصر الفضاء الرمزى أو التخيلي أو الافتراضي"

2- **أهمية الإعلام:**

للإعلام أهمية كبرى على مستوى الفرد، الأسرة، المجتمع، الدولة، الأمة، العالم. وفي جميع مرافق الحياة الإنسانية: التربوية، والثقافية، والإجتماعية، والصحية، والإقتصادية، والسياسية، وغيرها:

– وسائل الإعلام جزءاً رئيساً في حياتنا اليومية.

- أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تعين الفرد على معايشة العصر والتفاعل معه.
- من أهم الوسائل الحديثه في مخاطبة المجتمعات الانسانية.
- ترجمة التوجهات الاجتماعيه بمختلف الاتجاهات الفكريه وتفعيل الحراك السياسي والمشهد الثقافي والنتاج الفكري والابداعي.
- شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلاميا.
- بناء الدول اقتصاديا، واجتماعيا، وسياسيا وثقافيا وفكرياً.
- التأثير على القضايا السياسية والاقصادية والثقافية والفكرية.
- العلم بما يجري في العالم من أخبار وأحداث وتطورات والتفاعل معها.
- التبادل الثقافي والحضاري والمعرفي بين الدول والشعوب والتفاعل فيما بينها.
- بناء القناعات والاتجاهات والمعتقدات عند الأفراد والجماعات.
- في القرن الحادي والعشرون أصبحت الكلمة الاولى للإعلام في ظل ثورة الاتصال والمعلومات.

3- أشكال وسائل الإعلام التقليدية:

وتشمل وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة - التليفزيون - الصحف المطبوعة، المجلات) وهي تلك الوسائل المملوكة أما للدولة وتوجد منذ عشرات السنين، وأما للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانيات البشرية والتقنية، والأخرى ترتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإن الأسلوب التي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

الفصل الثاني

الإعلام الجديد

الفصل الثاني

الإعلام الجديد

1- **تعريف الإعلام الجديد** (New Information) :

لابدّ من الاعتراف هنا بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تائهاً بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات، وما سيقدمه هذا البحث محاولة متواضعة في هذا المجال.

بداية يمكننا القول: إنّ الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات،(Information Explosion) وظاهرة الاتصالات عن بعد.(Telecmunication)

والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسلية وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل(Interactivity) والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين .هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً مهماً إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

والإعلام الجديد (NEW MEDIA) أو الإعلام الرقمي، فيشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالأنترنت.

وظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام .والمقصول بوسائل الإعلام الجديدة New media ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية Digital والشبكية (internet) والتفاعلية (Interactive) وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام التقليدية (المطبوعة والمسموعة والمرئية).

ويرى ليستر أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه منطقاً أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام وعلاقة أكثر وعلاقة أكثر استقلالاً مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم .وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر الإخبارية على الأنترنت مباشرة، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلا لمعرفة تأثير الأنترنت على البنية الأساسية للمجتمع.

ويرى ليستر أن الإعلام الجديد إذا واكب التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية، فإن ذلك سيمنحه منطقا أقوى لانشغال المستخدم في نصوص الإعلام وعلاقة أكثر وعلاقة أكثر استقلالا مع مصادر المعرفة، واستخدام وسائل الإعلام بشكل فردي، وخيار أكبر للمستخدم . وعندها تكون الطريقة التي يتعامل فيها الناس مع المصادر

الإخبارية على الأنترنت مباشرة، ومشاركتهم الفعالة في تدفق المعلومات سبيلا لمعرفة تأثير الأنترنت على البنية الأساسية للمجتمع.

وقدم عدد من العلماء تعريفات عديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية الجديدة، حيث فرضت هذه التقنيات إمكانية قيام أي فرد يمتلك جهاز كمبيوتر أن يكون لديه الفرصة للولوج إلى الأنترنت والحصول على الخدمات التي توفرها، بل وتشكيل البيئة المحيطة ونشره أفكاره ومعتقداته عبر امتداد البسيطة، وكذلك سمة التفاعلية، والتي تساهم في إثراء المشاركة وتوسيع نطاقها وجذب انتباه المجتمع حول محتواها.

أما جمال غيطاس فيرى أن الانترنت ذلك الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف الذي يتعامل معه ما يربو علىٰ المليار شخص من مختلف أركان الكرة الأرضية خلق آلية لحرية التعبير والإبداع غير موجودة في أي وسيلة أخرى، بلا قيود ولا تدخلات، إذ يكفي الشخص أن يجلس إلى حاسبه، ويتصل بالأنترنت ليدخل في حوارات حسبما يريد، ويبدي آراؤه بمنتهى الحرية ويتناقل فيها المعلومات بين مصدر ومتلقي، فكل الطرق مفتوحة أمام الجميع من مختلف الأعمار والملل والمهن والتخصصات والجنسيات والألوان والمشارب السياسية والاجتماعية والثقافية والعقائدية.

يتميز الإعلام الجديد أيضاً بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني.

يتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من ثّم من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.

2- العوامل الرئيسية للإعلام الجديد:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

1. العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيّما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية .فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشابكة (الإنترنت) التي تشكل حالياً لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها .فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.
2. العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات.
3. وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم. بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

4. العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

3- سمات الإعلام الجديد:

مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي:

3-1: التحول من النظام التماثلي (Analog) إلى النظام الرقمي Digital

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك . يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة، ونظراً إلى كون الإشارات الرقمية إما صفراً أو واحداً دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاء وخالياً من التشويش، وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما أن تكون نقية تماماً، أو أنها لا توجد أصلاً؛ وذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين صفر وواحد ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر .ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمجه مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب (الكمبيوتر) وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي، تكمن أهمية ذلك في أن معظم وسائل الإعلام أصبحت تعتمد بشكل متزايد على الحاسوب (الكمبيوتر)، ومن المتوقع أن تصبح أجهزة البث والهاتف وشبكات المعلومات جميعها رقمية في المستقبل .إن النظام الرقمي المعتمد على مبدأ الفتح والإغلاق(off-on) بمرونته فهو عند

استخدامه لنقل الصوت أو النص أو الفيديو لا يفرق بين تلك المعلومات بل يتعامل معها جميعها في مجرى واحد مما يجعل تخزين الرسائل وتحريرها ونقلها واستقبالها يتم بسرعة.

المشكلة التي تواجهها عملية التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي هي أنها تتطلب إجراء عملية تغيير وإحلال لمعظم الأجهزة الحالية من هواتف وكاميرات وغيرها من أنظمة الاتصال التي مازالت تعمل وفق تكنولوجيا القرن التاسع عشر التماثلية، وهذه العملية تتطلب كثيراً من النفقات والجهد والوقت سواء من قبل شركات الاتصالات نفسها التي تحتاج إلى تغيير الأجهزة المستخدمة لديها، أو من قبل المستهلك نفسه الذي يحتاج إلى أجهزة تلفاز أو راديو قادرة على استيعاب التكنولوجيا الجديدة، غير أنه في هذه الحالة سيستمتع بصوت وصورة أكثر نقاء فضلاً عن إمكانية مشاهدته لمئات القنوات التي يمكن أن تحتوي على ميزة التفاعل.

إن الاتجاه الحالي هو أن تتحول وسائل الإعلام جميعها تدريجياً إلى النظام الرقمي وما يساعد على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الحواسيب (الكمبيوترات) الذي نتج عنه انخفاض تدريجي في أسعار الإلكترونيات الرقمية إلى المستوى المقبول للمستهلك. ومن ثم سوف يكون من الممكن إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد نظم الفيديو والسمعيات والكمبيوتر وفصلها عن بعضها بعضاً، فمع تطور تكنولوجيا الاتصالات فإن الفيديو والراديو والتلفاز والهاتف وأشكال بيانات الاتصالات جميعها سوف يتم تعريفها وتحديدها من خلال مقدار المعلومات الرقمية (bits) اللازمة لنقلها، وبمجرد تحديد معدل البيانات (Data Rate) وبروتوكولات التعريف فإن الانتقال من شكل من هذه الأشكال إلى الشكل الآخر يصبح مجرد عملية استخدام للوسيلة المناسبة للتحويل من النظام التماثلي إلى الرقمي (A/D) للإرسال والتسجيل.

3-2: التفاعلية:(Interactivity)

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية . المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل . ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر . وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، والتبادل، والتحكم، والمشاركين . ومثال على ذلك التفاعلية في بعضأنظمة النصوص التلفازية.

3-3: تفتيت الاتصال Demassification:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي .وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

3-4: اللاتزامنية (Asynchronization):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلّهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه . فمثلاً في نظم البريدالإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة.

3-5: قابلية التحرك أو الحركية:Mobility

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.

3-6: قابلية التحويل (Convertibility):

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

3-7: قابلية التوصيل Connectivity:

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهـزة أخـرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع. ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو DVD.

3-8: الشيوع أو الانتشارUbiquity

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز عـالي الوضـوح والتلفـاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية . وكلما زاد عـدد الأجهـزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلّها، وفي رأي) ألفن توفلر (أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديـد ليشـمل- لا ليقصي –من هم أقل ثراءً حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغيـر القادرين على تكاليفها.

3-9: الكونية Globalization

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تسـتطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتـدفق عليهـا رأس المـال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه فـي أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكـان في العالم.

4- تكنولوجيا الإعلام الجديد (Technology New Information):

مصطلح "الإعلام الجديد" يدخل تحته عدد كبير من الوسائل التي تتميز بالتفاعل(Interactive ، ومن الجدير بالذكر أن التغيرات التي تعيشها تكنولوجيا الإعلام اليوم هي التغيرات الرابعة من نوعها في العصر الحديث وذلك عقب اختراع الطابعة وبشكل رئيسي الطابعة البخارية السريعة التي جعلت توزيع الصحف والمجلات والكتب للعموم حقيقة واقعة (1833) ومن بعدها اختراع الراديو 1920 ثم التلفاز(1939).

بيد أن التطورات التكنولوجية التي شهدها النصف الثاني من القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين يتضاءل أمامها كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل من أبرز مظاهرها ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال الخامسة .ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسوب في تخزين خلاصة ما أنتجه الفكر البشري واسترجاعه في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن .أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار الصناعية في نقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية.

تشتمل تكنولوجيا الإعلام الجديد على عدد كبير من أشكال تكنولوجيا الاتصال عن بعد وتتمثل بـ:

1. تكنولوجيا الحواسيب.
2. تكنولوجيا الاتصال الكابلي.
3. تكنولوجيا الأقمار الصناعية.
4. تكنولوجيا الميكروويف.
5. تكنولوجيا الألياف الضوئية.
6. تكنولوجيا الاتصالات الرقمية.

5- سمات عولمة الإعلام والمعلومات:

في كتابه (فهم وسائل الإعـلام) (MC LUHAN) قـال عـالم الاتصـال ماكلوهان عام 1964 عن القرية الكونية وما تتضمنه من شبكة الاتصال عن بعد، بأن وسائل الاتصال والمعلومات تطورت بتطور الاكتشافات الصناعية، أصبح التعامل مع وسائل الاتصال والمعلومات بصورة مذهلة تعتمد على تقنيات الكترونية متطورة.

وقد تعددت وتوسعت مهام وسائل عولمة الإعلام بعد أن أضيفت لها وسائط اتصال حديثة، والعولمة الإعلامية هي تعبير عن اتساع التدفقات الدولية في مجالات الإعلام والمعلومات ونقل الأفكار والقيم والعادات الاجتماعية وتتضح لنا من خلال التطورات أنه مهما اختلفت الوسائل التي يتم بها تقديم ظاهرة العولمة إلا أنه يمكن تلخيص أهم وسائطها بالنقاط التالية:

- التطور التكنولوجي في مجال الاتصال بمختلف وسائله.
- دور أقمار الاتصال في انتشار البث الفضائي المباشر.
- الشبكات الدولية الضخمة والعملاقة وأهمها الانترنت.
- التقدم الكبير في تقنية الحواسيب والمعلوماتية.

وقد تنبأ العديد من الكتاب الغربيين منذ عدة سنوات بالاتجاهات الايجابية المتولدة عن عولمة المعلومات بفعل التغيرات التكنولوجية البعيدة المدى في مجال الكمبيوتر واستخدام الفضاء لأغراض الاتصالات والتصوير والبث التلفزيوني، وقد تنبأ ويلبور شرام بستة اتجاهات جديدة بخصوص مستقبل عصر المعلومات وهي:

- المزيد من المعلومات التي ستقود إلى زيادة الإمكانيات المعرفية وفرص زيادة الأعمال المعلوماتية.
- التسارع في الحصول على المعلومات مما يتطلب المزيد من الكفاءة في أعمال التحري الدقيق، تصنيف المؤسسات، الآليات الخاصة بمعالجة المعلومات.

- المزيد من عمليات الاتصال عبر المسافات الطويلة سواء تلك التي تتم على مستوى جمعي أو من نقطة إلى نقطة، مما يحسن من فرص الاتصالات بين الثقافات المختلفة.
- تنامي فرص الاتصال من نقطة إلى نقطة أكثر من الاتصال الجماهيري مما يمكن من إنتاج رسائل أرخص وأسهل وأكثر ملائمة لمتطلبات المستهلكين.
- قيام أجهزة الكمبيوتر بمهمات كانت قاصرة على الناس ازدياد نفوذ وقـوة العاملين في ميادين جمع، تخزين، استرجاع ومعالجة المعلومات بكفاءة.

الفصل الثالث

شبكات الحاسوب

Computer Networks

الفصل الثالث

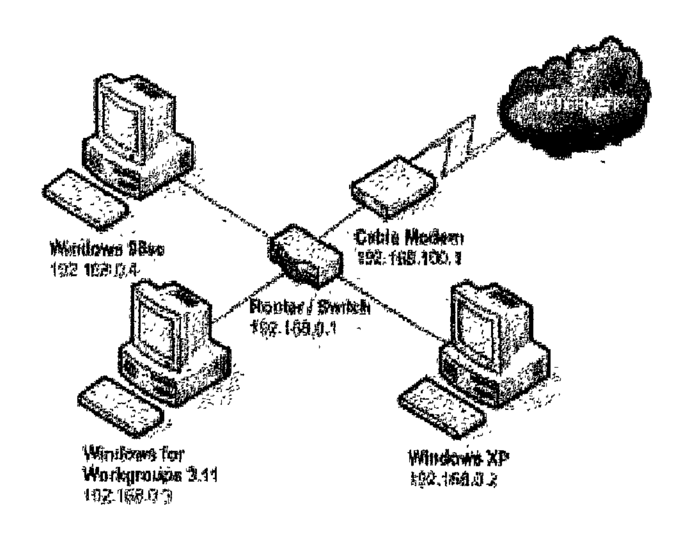
شبكات الحاسوب

Computer Networks

شبكة الحاسوب تعني ربط حاسوبين أو أكثر مع بعضهما البعض بهدف نقل معلومات الكترونيا حسب قوانين معينة تسمى البروتوكولات آخذين بعين الاعتبار أن جميع الأجهزة المتوافقة التي تقوم بإرسال واستقبال البيانات هي جزء من الشبكة، وهناك أنواع وأشكال مختلفة لشبكات الحاسوب ولكن بشكل عام يمكننا تقسيمها حسب المساحة التي تغطيها وحسب حجمها إلى ما يلي (ثابت إدريس، 2003، ص:480)

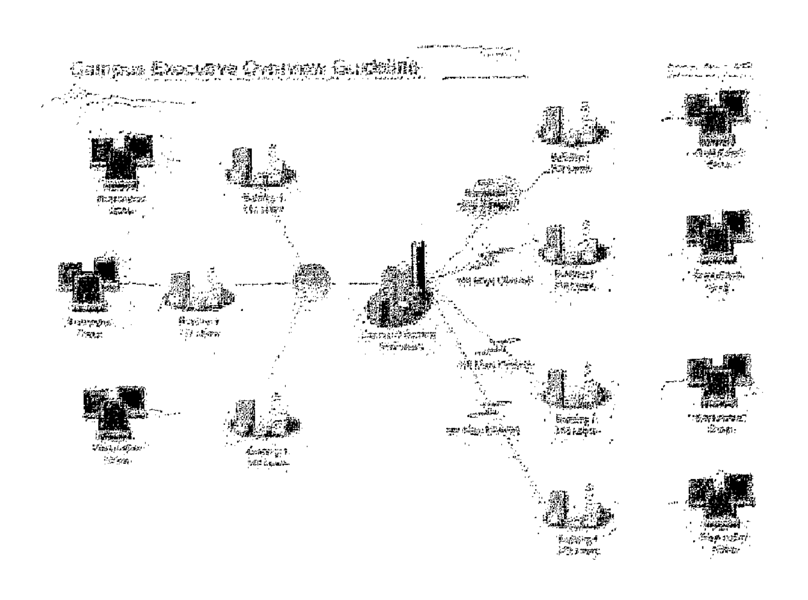
1- **الشبكات المحلية** Local Area Networks (LAN)

وتعتبر الأكثر شيوعا في شبكات الحاسوب وتغطي مسافات قصيرة عمارة أو طابق أو مجموعة من البيانات المتقاربة في مجمع معين. والشبكة المحلية تشمل ربط عدد من الحواسيب والطابعات والملحقات الأخرى مع بعضها البعض ضمن الحدود المذكورة أعلاه في منطقة معينة بحدود عدة كيلومترات، ويمكن ربطها بالانترنت ومشاركة المعلومات.



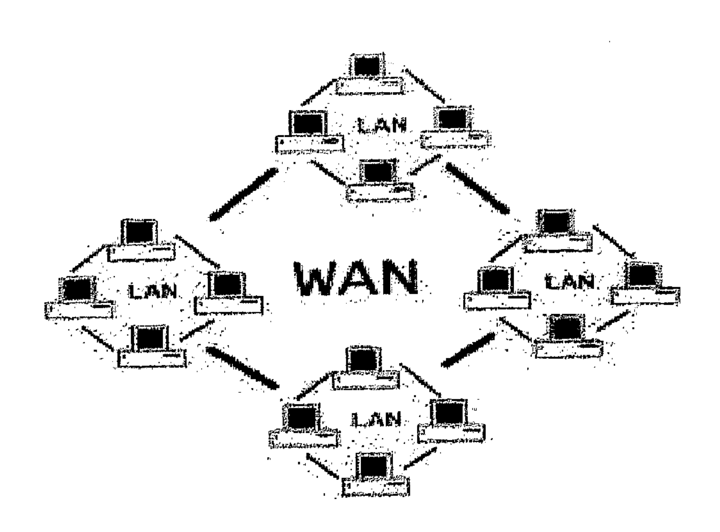
2- الشبكات الإقليمية Metropolitan Area Network (MAN)

وتنشأ من ربط عدة شبكات محلية مع بعضها لتغطية مدينة أو منطقة كبيرة وغالبا ما تمتد لمسافة 50 كيلو متر. مثل ربط شبكة المختبر الطبي مع شبكة المستشفى ومع شبكة الصيدلية. (مزهر العاني، 2009)



3- الشبكات الواسعة Wide Area Networks (WAN)

وتسمى بالشبكات بعيدة المدى حيث تنشأ من ربط عدد من الشبكات المحلية (LAN) أو الإقليمية (MAN) معا بحيث تمتد لمسافات تزيد على 50 كيلو متر، كما يمكنها ربط عدة أقطار مع بعضها البعض.



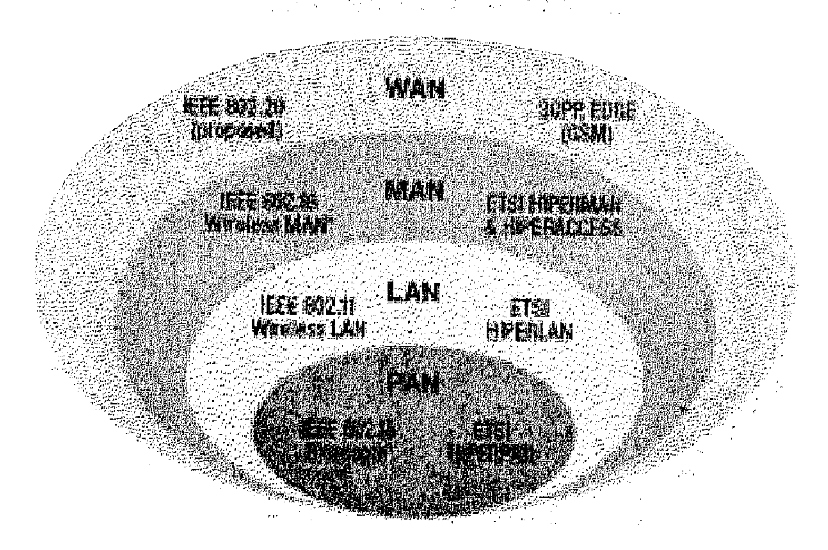
4- شبكات القيمة المضافة Value-Added Networks (VAN)

وهي الشبكات التي تقوم بتعزيز خدمات الشبكة، وتأدية الاحتياجات التنظيمية في موثوقية تراسل البيانات، وتقوم بالتخفيف من عبء المنظمة عن طريق إدارة وإدامة الشبكة، وتعتبر شبكات خاصة متعددة الممرات والقنوات وهي تقام بواسطة المنظمة التي ستتولى إدارة الشبكة وتقوم ببيع الاشتراك في الشبكة إلى منظمات أخرى ترغب في استخدامها.(ثابت إدريس، 2003، ص:484)

5- الشبكات الشخصية Personal Area Networks (PAN)

تستخدم من قبل شخص واحد أو شخصين، وغالبا ما تكون لا سلكية للأجهزة المحمولة والأجهزة الخلوية والحواسيب المحمولة و تستخدم لمسافات قصيرة تقدر بعشرة أمتار، ومن الأمثلة عليها البلوتوث، تستخدم لتبادل البيانات والمعلومات بين شخصين.

Global Wireless Standards

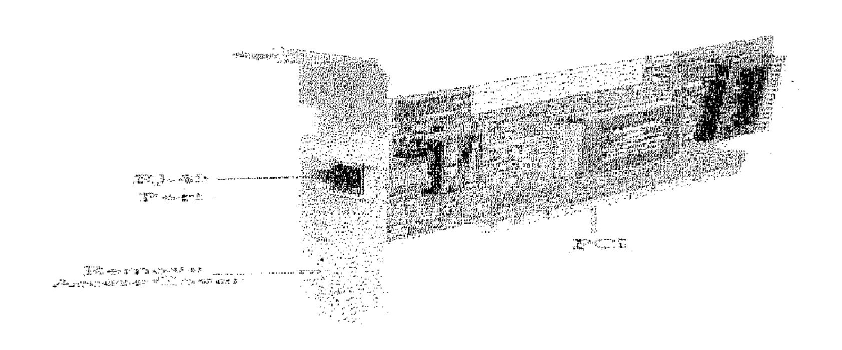


6- **أجهزة الربط الشبكي**: Networking Hardware

تستخدم الشبكات أجهزة مختلفة لربط الحواسيب وملحقاتها مع بعضها البعض وعليه فلابد من توفير البنية التحتية التي تسهم في إنشاء الربط الشبكي ومن أمثلتها: (مزهر العاني، 2009، ص:210-214)

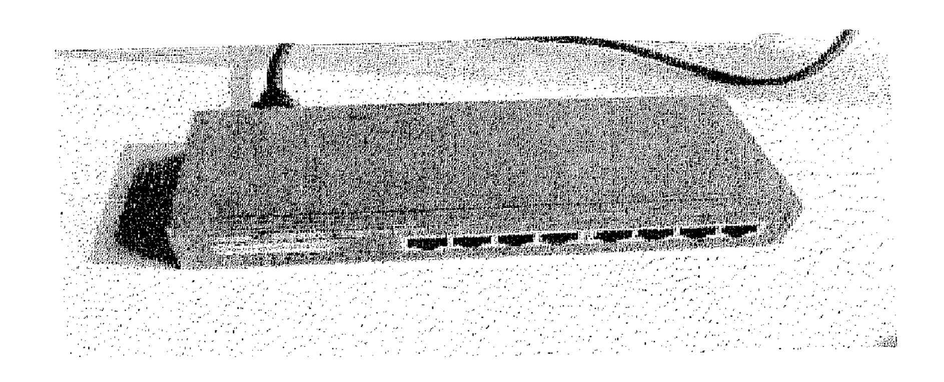
بطاقة واجهة الشبكة (NIC) Network Interface Card:

تعتبر جزء من مكونات الحاسوب تهدف إلى إتاحة المجال للحواسيب بالاتصال مع الشبكة.



المجمع HUB:

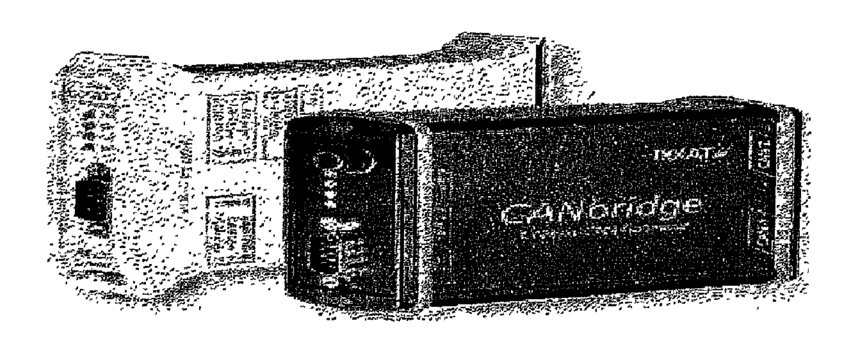
نقطة توصيل الأجهزة في الشبكة، ويرسل الإشارة بدون تقوية.



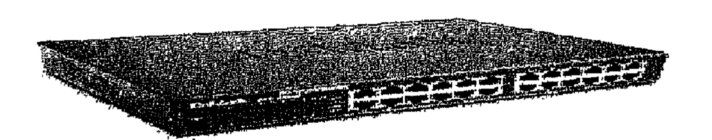
:Bridge الجسر

ويستخدم غالبا في ربط الشبكات المحلية (LAN) مع بعضها ويقوم بتقوية الإشارة.

:Switch المبدل

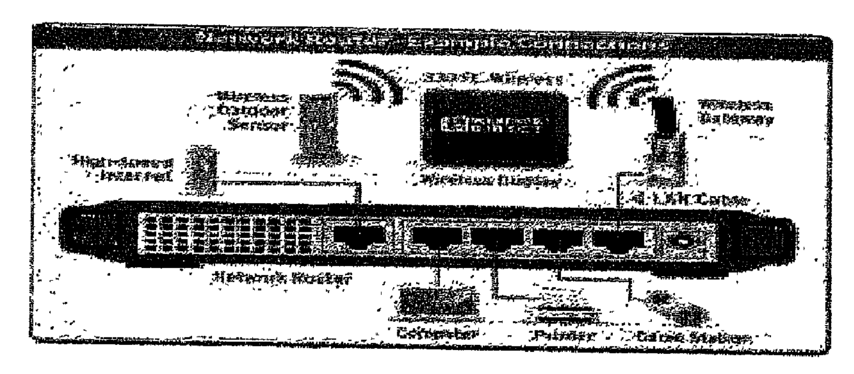


تقنية حديثة تستخدم لربط الحواسيب مع بعضها وكذلك لربط الشبكات المحلية مع بعضها أي أنه يستخدم ميزات المجمع والمبدل.



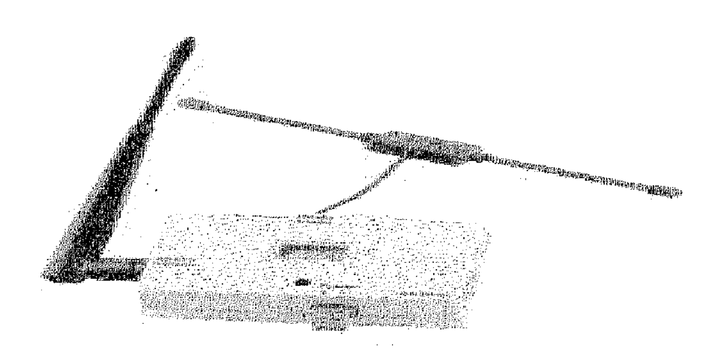
:Router الموجه

يستخدم فهرسة الانترنت في إرسال البيانات ويستخدم مع الشبكات الواسعة ومع الانترنت.



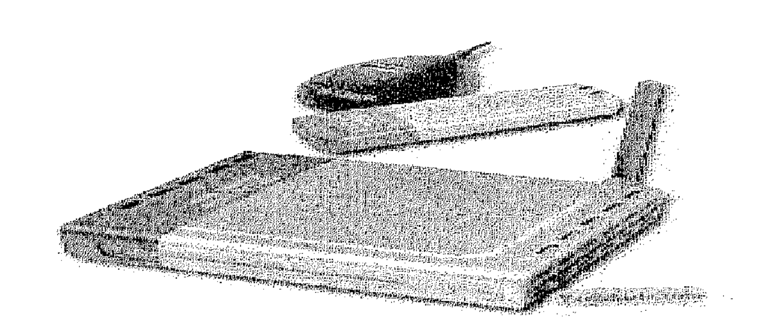
المكرر Repeater:

يستخدم لتقوية الإشارة عندما تكون ضعيفة وغالبا ما يستخدم في الشبكات للمسافات البعيدة، ويساعد على إرسال الإشارة إلى مسافات بعيدة ويمكن اعتبار الجسر مكرر إذا ما قام بتقوية الإشارة.



نقطة الاتصال اللاسلكية Access Point:

وهي نقطة تربط الحواسيب والأجهزة والملحقات ضمن الشبكة اللاسلكية ويمكن إدارتها والتحكم بها من خلال الحاسوب.



الفصل الرابع

شبكة الإنترنت

INTERNET

الفصل الرابع

شبكة الإنترنت
INTERNET

بدأت شبكة الإنترنت مقصورة على الأغراض العسكرية ولكن استخدامها توسع بانضمام الجامعات ثم المؤسسات الأهلية والتجارية في أمريكا وخارجها مما جعلها شبكة عالمية تستخدم في شتى مجالات الحياة. لقد كانت هذه الشبكة المساهم الرئيسي فيما يشهده العالم اليوم من انفجار معلوماتي. (غراب وحجازي، 1999، ص:232)

تعريف الإنترنت: جاءت كلمة إنترنت اختصاراً لكلمات Interconnected Network. لايوجد تعريف كامل وشامل للإنترنت يتفق عليه الجميع، فتعريف المهندس للإنترنت يختلف عن تعريف التاجر أو المدرس، وهذا راجع إلى تعدد طرق الاستفادة من هذه الشبكة واستخدامها.(ياسين و العلاق، 2006، ص:55)

- هي شبكة عالمية من الروابط بين الحواسيب تسمح للناس بالاتصال والتواصل بعضهم مع بعض واكتساب المعلومات من الشبكة الممتدة إلي جميع أرجاء الأرض بوسائل بصرية وصوتية ونصية مكتوبة، وبصورة تتجاوز حدود الزمان والمكان والكلفة وقيود المسافات – وتتحدي في الوقت نفسه سيطرة الرقابة الحكومية.
- ويعرف آخرون الإنترنت كذلك بأنه شبكة دولية للمعلومات تتفاهم باستخدام بروتوكولات تتعاون فيما بينها لصالح جميع مستخدميها، وتحتوي على العديد من الإمكانات مثل البريد الإلكتروني، وإقامة المؤتمرات بالفيديو، وقوائم البريد بالإضافة إلى الملايين من مجموعات الأخبار والعديد من الملفات المتاحة لنقلها واستخدامها بطريقة شخصية وكذلك آلات البحث المرجعي. ويمكننا إيراد أبرز

العناصر التي اشتملتها التعاريف الوصفية والوظيفية التي تلقي الضوء على مفهوم هذه الشبكة الحديثة:

- الإنترنت أساساً مجموعة من الكمبيوترات المترابطة في شبكة أو شبكات.
- الانترنت أساساً تلك الشبكات التي يمكن أن تتصل بشبكات أكبر.
- الإنترنت أساساً عملية الاتصال بين شبكات يحكمها نظام معين.
- تستخدمها الدول و تستخدمها مهن كثيرة لأغراضها الخاصة.

أضحت للإنترنت اليوم آثار اجتماعية وثقافية في جميع بقاع العالم، أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبروز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

الاستخدامات الاتصالية للإنترنت:

تقدم الشبكة العديد من الاستخدامات الاتصالية للمستخدمين، تشمل المجالات الإعلامية والتجارية والأكاديمية والسياسية والطبية... الخ، بل يمكن القول إن كل الخدمات التي تقدمها الشبكة (الإنترنت) هي خدمات اتصالية. وهي تخدم الأفراد والمؤسسات والمنظمات الرسمية والمدنية على حد سواء. والاستخدامات الاتصالية للإنترنت في ازدياد مستمر، كما أن الاستخدامات القديمة نفسها تتطور وتزداد فاعلية وسهولة وإمكانات. (ياسين و العلاق، 2006)

بعض الأمثلة على الاستخدامات الاتصالية للإنترنت:

- **محركات وأدلة البحث:** هي برامج متخصصة في الشبكة الاتصالية تفيد المستخدم وتسهل عليه عناء البحث الطويل، حيث يقوم المستخدم بوضع كلمات البحث لكي يتم البحث عنها و استخراج المعلومات والبيانات المبحوث عنها ومن أشهرها محرك البحث العملاق جوجل.
- **البريد الإلكتروني:** هو برنامج معد مسبقا من قبل شركات معينة، تفيد المستخدم في تبادل الرسائل الإلكترونية بسرعة فائقة، وأقصد هنا بالرسائل الإلكترونية المعلومات والبيانات والصور.

- **مواقع الوسائط الاجتماعية:** يتم فيها تبادل الأخبار الاجتماعية بين أفراد المجتمع، وهي عبارة عن مواقع يشترك فيها المستخدمون لتبادل الآراء والأفكار ومن أشهرها موقع جوجل بلص الذي وصل عدد مشتركيه إلى عدد أسطوري حيث انه منذ أول ثانية من افتتاح الموقع سجل في الموقع 90 مليون مستخدم حسب تصريحات المدير التنفيذي للموقع (لاري بايج، 2011).
- **مواقع الويب:** هي برامج تتيح وتعرض المعلومات والبيانات وهي في الأصل أرقام ولكن يتم ترجمتها إلى كلمات.
- **الاجتماعات والمؤتمرات:** يستطيع مستخدم الشبكة **(الإنترنت)** أن يشاهد ما يعرض في الاجتماعات والمؤتمرات من خلال برامج نقل الصورة والصوت عبر الشبكة بكل سهولة.
- **الجامعة الالكترونية:** وهي مؤسسات جديدة تستخدم الإنترنت كوسيلة لنشر المعرفة والارتباط بالطلبة، وغالبا ما تعتمد على منتديات الجامعة التي تمكنها من سرعة التواصل وتفتح مجالا مباشرا للنقاش والحوار بين الطلبة والأساتذة.
- **الشبكة العالمية:** الكثير من الناس يستعملون مصطلحيّ الإنترنت والشبكة العالمية (أو ويب فقط) على أنهما متشابهان أو الشئ ذاته. لكن في الحقيقة المصطلحين غير مترادفين الإنترنت هو مجموعة من شبكات الحواسيب المتصلة معاً عن طريق أسلاك نحاسية وكابلات ألياف بصرية وتوصيلات لاسلكية وما إلى ذلك. على العكس من ذلك، الوب هو مجموعة من الوثائق والمصادر المتصلة معاً، مرتبطة مع بعضها البعض عن طريق روابط فائقة وعناوين إنترنت .بشكل آخر، الشبكة العالمية واحدة من الخدمات التي يمكن الوصول إليها من خلال الإنترنت، مثلها مثل البريد الإلكتروني ومشاركة الملفات وغيرهما.

- البرامج التي يمكنها الدخول إلى مصادر الوب تسمي عميل المستخدم. في الحالة العادية، متصفحات الوب مثل إنترنت إكسبلورر أو فير فوكس تقوم بالدخول إلى صفحات الوب وتمكن المستخدم من التجول من صفحة لأخرى عن طريق الروابط الفائقة. صفحة الوب يمكن أن تحتوي مزيج من بيانات الحاسوب بما فيها الصور الفوتوغرافية، الرسومات، الصوتيات، النصوص، الفيديو، الوسائط المتعددة ومحتويات تفاعلية بما في ذلك الألعاب وغيرها.

سلبيات الانترنت: يوجد عدة سلبيات للإنترنت، منها:

1. القرصنة واقتحام بعض المواقع الإلكترونية، والتحكم بها وتعطيلها.
2. استخدام الأطفال للإنترنت ولمواقع خاصة يعرضهم لخطر التحرش.
3. الجلوس طويلا على شاشة الكمبيوتر له بعض الأضرار الصحية، مثل: المساعدة على زيادة الوزن، وضعف النظر.
4. الاستخدام الكثير للإنترنت يقلل من قضاء الأفراد أوقات عائلية واجتماعية مع الأهل.

استخدام الإنترنت في العالم:

بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 1.319 مليار شخص في ديسمبر 2007، وتعد الصين أولى دول العالم في عدد مستخدمي الإنترنت الذين بلغ عددهم فيها 221 مليون شخص في شهر فبراير 2008.(ويكيبيديا، الموسوعة الحرة).

بعض فوائد الانترنت:

- استخدام البريد الالكتروني لإرسال رسائل وملفات لشخص أو لعدة أشخاص خلال ثواني حول العالم والرد خلال ثواني.
- عرض معلومات عن الأشخاص أو المؤسسات من أجل أهداف تجارية أو أهداف أخرى بحيث يمكن مشاهدتها حول العالم (وهذا ما يسمى

بإنشاء صفحات الويب على موقع خاص أو عام) والاتصال مع القائمين والتواصل معهم. وبصورة أخرى إمكانية عرض سلع وخدمات المواطن على العالم أجمع فمثلا شركة WOMEX كانت تحاول جذب الشركات في مجال الخزف لعرض صور لمنتجاتها على شبكة الانترنت.www.womex.com

- تكوين موقع مثل (لوحة إعلامية) Bulletin Board بحيث يحتوي على مواضيع للنقاش ويستطيع أي شخص وضع رده الخاص على أي موضوع من المواضيع المطروحة أو وضع موضوع جديد لمناقشته.
- تكوين موقع للمحادثة الآنية Chat بحيث يتناقش عدة أفراد حول العالم آنيا.
- الحصول على معلومات مطلوبة للأبحاث فمثلا مجلة بايت للحاسوب واسعة الانتشار في العالم تتيح فرصة الوصول مجانا إلى جميع المقالات التي كتبت من عام 1993 وحتى هذه اللحظة www.byte.com
- إمكانية البحث عبر الانترنت عن بضائع معينة فمثلا يمكنك مجانا من تنزيل download كتالوج كامل مكون من 60 صفحة عن أجهزة حاسوب www.apcc.com
- الحصول على شهادة دراسية عالية مثل البكالوريوس أو الماجستير عبر الانترنت degree on line www.yahoo.com/universities
- تسهيل الحصول على معلومات عن شركات أو أفراد حتى على مجال فلسطين وحدها مثل مشروع من جامعة بيرزيت بالتعاون مع شركة بالنت لتكوين دليل الصفحات البيضاء لمشتركي الإنترنت في فلسطين حيث المعلومات تضاف وتحذف عن الأفراد والشركات ليس في السنة

مرة واحدة بل آنيا كل يوم وكل ساعة www.palnet.com /marhaba

- تحديث وعي العامة كل في مجاله عن اتجاهات السوق العالمي الآنية مثل معرفة البضائع الحالية التي أثبتت جودتها في السوق العالمي وأسعارها الحالية وعلى سبيل المثال قطع الحاسوب يمكن الدخول عبر الانترنت إلى موقع شركة Zone Computer الأمريكية www.w-w-w-w.com ومشاهدة مواصفات دقيقة لجميع البضائع مع أسعار بل ويمكن طلبها فورا.
- الاشتراك مجانا بمجلات الكترونية عبر البريد الالكتروني list Mailing لكافة مجالات الحياة الأكاديمية والغير أكاديمية وفي الجانب الآخر سهولة إيصال معلومات معينة إلى عدد من المشتركين. مثلا يمكن الاشتراك بسهولة بمجلة مايكروسوفت الالكترونية والحصول على معلومات قيمة عن آخر المستجدات في البرامج الأساسية للحاسوب.
- enews@microsoft.nwnet.com with words SUBSCRIBE TO WINNEWS
- توسيع أفق الطالب والتلميذ وتكوين الروح العالمية عنده عن طريق تشجيعه للدخول في منافسات أكاديمية وذهنية مع طلاب من دول أخرى مثل المسابقة بين الطلاب في العالم من سن 12–18 والتي ترعاها مؤسسة أمريكية http://io.advanced.org/thinkquest
- تسهيل إمكانيات التعاون بين الأفراد والمؤسسات في الوطن الواحد وفي العالم أجمع. فمثلا يمكن تشكيل mailing list أو News List بين طلاب قسم الأحياء في كلية العلوم أبو ديس (الضفة الغربية) وبين قسم الأحياء في الجامعة الإسلامية بغزة بل وبين قسم الأحياء في جامعة حلب أو جامعة ستانفورد بأمريكا.

- الاتصال من خلال الانترنت على تلفون في أمريكا مثلا وتوفير أجرة الاتصال حيث تكون الكلفة هي أجرة مكالمة محلية على الأكثر مثل خدمة شركة mediaring.com أو dialpad.com. كما يمكن استخدام الانترنت لإرسال رسائل نص على أي تلفون متنقل في العالم أجمع مثل خدمة شركة quios.com.

إدارة الانترنت:

تقوم شبكة الإنترنت على التشغيل البيني العالمي لمئات الآلاف من الحواسيب المستقلة وكيانات الاتصالات وأنظمة المعلومات. وأصبح هذا التشغيل البيني واقعاً ملموساً من خلال طائفة من معايير الاتصالات وإجراءاتها وأنساقها تتقاسمها الشبكات والأجهزة والبنى الحاسوبية المتصلة بها. ويطلق على الإجراءات التي تستخدمها الحواسيب للتواصل فيما بينها اسم "بروتوكولات". وبينما تشهد هذه البنية التحتية تطوراً مطرداً لتشمل قدرات جديدة، تسمى المجموعة الأولى من البروتوكولات التي تستعملها الإنترنت بروتوكول التحكم في الإرسال/ بروتوكول الإنترنت.

ومع ذلك، فإن جوهر الجدل الدائر حول إدارة الإنترنت إنما يتمثل في مسألة أضيق نطاقاً في واقع الأمر ألا وهي إدارة الموارد: الموارد الأساسية اللازمة لاستعمال الإنترنت و إنشاء وإدارة ميادين المستوى الأعلى للإنترنت وتخصيص عناوين بروتوكول الإنترنت، والهيئة التي ينبغي أن يناط بها وضع القواعد الناظمة لهذه المجالات جميعاً.

www.itu.int/wsis/tunis/newsroom/.../**internet**-governance-ar.doc

وعلى أية حال فإن سياسات الانترنت في جميع أنحاء العالم بدأت بعدد من المنظمات والحكومات المختلفة كما أوجزها (مزهر العاني، 2009، ص:218) وتشمل ما يأتي:

- مجلس هيئة الانترنت Internet Architecture Board (IAB) الذي يساعد في تعريف جميع هيكلية الانترنت.
- مؤسسة الانترنت لتخصيص الأسماء والأرقام: Internet corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) والتي تخصص عنوان بروتوكولات الانترنت.
- مركز معلومات شبكة الانترنت Internet Network Information Center (InterNIC) والذي أنشئ من قبل القسم التجاري للولايات المتحدة ويعطي أسماء النطاقات.
- مجموعة توجيه هندسة الانترنت Internet Engineering Steering Group (IESG) الذي يشرف على وضع المعايير بالنسبة للانترنت.
- فرقة هندسة الانترنت Internet Engineering Task Force (IETF) والتي تتنبأ بالخطوة المقبلة لنمو الانترنت مع استمرار ومراقبة التطور والعمل.
- جمعية الانترنت Internet Society (ISOC) وهي مجموعة من الشركات والمكاتب الحكومية والمنظمات غير الربحية التي ترصد السياسات والممارسات.
- مؤسسة شبكة الوب العالمية World Wide Web Consortium (W3C) والتي تضع المعايير البرمجية للويب.

أهمية الانترنت في مجال الأعمال الإلكترونية:

كان لثورة الحاسوب الشخصي وشبكات الاتصال تأثيرا جوهريا على اتجاه المؤسسات ومنظمات الأعمال نحو تطوير واستخدام النظم الذكية ونظم المعلومات الشبكية التي بدأت مع نظم التبادل الالكتروني للبيانات قبل عصر الانترنت ثم أخذت أبعادا جديدة مع تزايد استخدام تكنولوجيا العمل بالانترنت.(ياسين والعلاق، 2006، ص:55-65)

وهذا يعني أن الأعمال الالكترونية لم تظهر من فراغ وإنما سبقتها مراحل متكاملة من التطور التقني والمادي ومنها تقنية الاتصالات ومن أبرز هذه التقنيات منظومات شبكات الانترانت (INTRANET) الاكسترانت (EXTRANET) والفضاء الرقمي الانترنت (INTERNET) ومكونات البني التقنية التحتية وتكنولوجيا المعلومات.

وقد كانت الأعمال الالكترونية في مرحلة تطور خطية بطيئة لكنها قفزت بفضل استخدام تقنيات الانترنت لتمثل أهم ظاهرة تكنولوجية رافقت ولادة القرن الواحد والعشرين وكنتيجة لذلك ظهرت الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية. وانتقل تركيز الشركات الكبيرة إلى بناء نظم المعلومات المتكاملة مع المستفيدين من الزبائن والموزعين والموردين وتجار التجزئة والجملة والمنظمات التي تعمل في مجال التسهيلات اللوجستية.

وعليه فقد غيرت الانترنت قواعد العمل في عالم الأعمال لأنها مكنت من استثمار الفرص المتاحة في بيئة تكنولوجيا المعلومات لتحقيق نمو مضطرد ومكاسب كبيرة. وتشكل الشبكة العنكبوتية العالمية (WWW) الجزء المهم من الانترنت الذي يساعد في بناء عالم الأعمال الالكترونية والاقتصاد الرقمي لاعتبارات عديدة منها:

1- إن شبكة الانترنت هي أم كل الشبكات الأخرى (INTRA, Extra, LAN)..الخ
2- إن شبكة الانترنت هي الفضاء الرقمي للأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية.
3- تستخدم شبكة الانترنت كأداة للحصول على مكان في السوق الالكترونية وتخطيط وتنفيذ الأنشطة التسويقية.
4- تعتبر شبكة الانترنت قاعدة انطلاق تقنية (Technical Platform) لتطور الاتصالات الالكترونية.

5- تعتبر شبكة الانترنت الوسيلة المثلى لتنفيذ أنشطة الأعمال الكونية من قبل الشركات الكونية متعددة الجنسيات والدولية وبالتالي تستطيع هذه الشركات أن تكون قريبة من الزبون العالمي الذي يطلب منتجها ويسعى لاستقبال خدماتها العالمية.

6- شبكة الانترنت هي أساس الخيارات التقنية للشركات الصغير والمتوسطة والكبيرة والموجهة لربط أنشطتها وعملياتها في الداخل من خلال شبكات الانترانت وتكوين ارتباطات تفاعلية فورية مع مستفيديها من خلال استخدام شبكات الاكسترانت.

الفصل الخامس

شبكة الانترانت

Intranet Network

شبكة الانترانت

Intranet Network

هي شبكة الشركة الخاصة التي تستخدم تقنيات الانترنت المصممة لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة في مقر الشركة أو في فروعها ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسة الدخول إلى مواقع الشبكة إلا بعد الحصول على إذن خاص من إدارة الشركة. وتستطيع المنظمة حماية موارد شبكتها باستخدام نظم الحماية والسيطرة وتقنيات الرقابة على المعلومات وجدران النار.

تستخدم شبكة الانترانت بصورة واسعة من قبل الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم بهدف اكتساب مزايا جديدة توفرها هذه الشبكة منها: الاقتصاد في تكاليف الحوسبة، توفير الوقت والسرعة، الاستقلالية والمرونة، توفير خدمات الانترنت. ولا تعمل شبكة الانترانت لوحدها وإنما تعمل من خلال تكنولوجيا الانترنت وترتبط عادة بشبكة الاكسترانت و بهما تنتقل المنظمة للعمل بمستوى الإدارة الالكترونية في بيئتها الداخلية والخارجية حيث تربط الانترانت أوصال المنظمة من الداخل فإن شبكة الاكسترانت تستخدم لبناء روابط مع الزبائن من جهة والمجهزين من جهة أخرى.(محمد سمير،2009، ص:233-235)

إن المنظمات الرائدة عالميا هي تلك التي تعمل بانفتاح دائم على الأفكار والتقنيات الجديدة لاكتساب مزايا تنافسية جديدة في الصناعة والسوق. وتعتبر الاتصالات الالكترونية هي النظام العصبي للأعمال الجديدة. وهناك حاجة لوضع استراتيجيات بناء وتطوير شبكات الانترانت ومن هذه الاستراتيجيات الواجب أخذها بعين الاعتبار:(ياسين و العلاق، 2006، ص:64)

1- أن تتضمن شبكة الانترانت تطبيقات أعمال واسعة وسهلة الاستخدام تسهم في تبسيط عمل وحياة العاملين في المنظمة.

2- حماية شبكة الانترانت.

3- ضمان تحقيق التكامل بين قواعد البيانات وتطبيقات الانترانت لكي تتصف بالدقة والكفاية وسهولة الاستخدام.

4- الاستثمار في قدرات شبكة الانترنت وذلك بتوفير البنية التحتية التقنية الجيدة للاتصال ضمن معايير الجدوى الاقتصادية.

5- تحفيز العاملين على استخدام شبكة الانترانت مما يساعد على إجراء تغييرا جذريا في طريقة تنفيذ الأنشطة وضرورة خلق إدراك قوي لدى العاملين حول أهمية التغيير.

بناء شبكة الانترانت:

لبناء شبكة الانترانت لابد من تنفيذ الخطوات التالية:

1- تحليل ودراسة الجدوى الاقتصادية (تحديد احتياجات العاملين واليات الوصول إلى المعلومات وطرق استخدامها والموارد والتطبيقات المطلوب استخدامها.

2- اختيار أدوات العمل التي تتضمن:

- برامج التصميم والتطوير ضمن الموازنات المتاحة.
- تحديد مصادر محتوى الموقع الداخلي واختيار القائمين عليه بدقة.
- تعيين فريق العمل من مصممين ومطورين.

3- إصدار نسخة تجريبية لدراسة التالي:

- تحديد المستوى الحقيقي لتقبل المستخدمين لأدوات العمل الجديدة.
- السرعة المكتسبة في انجاز العمل قياسا مع السابق.
- التأكد من كفاية وصحة محتوى الموقع الداخلي على الانترنت.
- التأكد من آلية سير عمليات الصيانة الوقائية الدورية والحفظ الاحتياطي.

الفصل السادس

شبكة الاكسترانت

Extranet

الفصل السادس

شبكة الاكسترانت

Extranet

تصمم لتلبية احتياجات المستفيدين خارج المنظمة من المجهزين والزبائن وغيرهم وتلبية متطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال. وتستخدم تقنيات الحماية ويتطلب الدخول إليها استخدام كلمة المرور وذلك لكونها غير موجهة للجمهور العام. وتقوم الشركة بتحديد الأفراد المسموح لهم بالدخول إلى الشبكة ونوع الدخول المسموح به. (محمد سمير،2009، ص:237)

تستند شبكة الاكسترانت على تقنيات شبكة الانترانت وتستطيع التعاطي مع أنواع مختلفة من المعلومات المدعمة بالصور أو الأصوات أو الأشكال البيانية وهي أكثر انفتاحا ومرونة وأكثر قدرة على التفاعل البيني مقارنة بنظم التبادل الالكتروني للبيانات.

تساهم شبكة الاكسترانت في تحقيق الميزة التنافسية من خلال دورها المباشر في انجاز أنشطة القيمة للمنظمة بمستوى تكلفة منخفضة مقارنة مع المنافسين. (ياسين والعلاق، 2006،ص:65)

لقد خلقت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصا غير متوقعة للمنظمات لأنها حققت من التعاضد الداخلي والخارجي قيمة إجمالية متراكمة ومتجددة مكنت المنظمات من التعامل الفوري مع عنصر التغير في الوقت والمعلومات ذات العلاقة بهيكل المنافسة في السوق.

وعليه فقد وفرت هذه الشبكات القدرات التقنية لتطبيق أساليب متقدمة مثل الإدارة في الوقت المحدد بالضبط (Just in Time) وإدارة الجودة الشاملة Total

Quality Management و إعادة هندسة الأعمال Business Reengineering وغيرها من الأساليب الحديثة في الإدارة.

ويمكن القول أن شبكة الاكسترانت هي الشبكة التي تربط شبكات الانترانت الخاصة بالمتعاملين والشركاء والموزعين وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الشركة **ومن الأمثلة على شبكة الاكسترانت ما يلي:**

- شبكات مؤسسات الخدمات المصرفية والمالية.
- نظم تدريب وتعليم الزبائن.
- نظم إدارة شؤون الموظفين والموارد للشركات العالمية والمتعددة الجنسيات.
- نظم التشارك على قواعد البيانات التابعة لمؤسسات أو مراكز مختلفة.

أنواع شبكات الاكسترانت: حسب:

يعتمد تصنيف شبكات الاكسترانت على قطاع الأعمال الذي يقسمها إلى الأنواع التالية:

1- شبكات اكسترانت التوريد Supplier Extranets

2- شبكات اكسترانت التوزيع Distributer Extranets

3- شبكات اكسترانت التنافسية Peer Extranets

فوائد شبكة الاكسترانت:

- تسهيل عمليات الشراء من الشركات
- متابعة الفواتير
- خدمة التوظيف
- تواصل شبكات توزيع السلع.

وتعتبر شبكات الاكسترانت من أكثر التقنيات المعلوماتية رواجا ومن المتوقع أن تحل محل جميع الشبكات ذات الوظائف الخاصة الموجودة حاليا في مجال التجارة و الأعمال الالكترونية لما تتيحه من تخفيض في التكاليف و البنى التحتية اللازمة لإقامة الشبكات ذات الوظائف الخاصة والتسهيلات الكبيرة في العمليات الإدارية والتعامل مع العملاء ويمكن تسخير العديد من تطبيقات الاكسترانت لخدمة الواقع العملي مثل: التعامل عن بعد، ارتباطيه الفروع، الولوج إلى الأجهزة الرئيسية، استخدام واجهة الويب في تطبيقات الأعمـال وتبادل المعلومات الكترونيا.

الفصل السابع

شبكات المعلومات

Information Networks

الفصل السابع

شبكات المعلومات

Information Networks

يتحدث المتخصصون هذه الأيام عن أنواع مختلفة من الشبكات ذات علاقة ببعضها البعض أهمها:

- شبكات الحواسيب.
- شبكات الاتصالات.
- شبكات المعلومات.
- الشبكات الإرتباطية.

السابقة من الشبكات "الشبكات المهجنة" وهي خليط من مختلف الأنواع السابقة من الشبكات.

تعرف الشبكة بأنها تفاعل بين عدد الوحدات المستقلة والمتباعدة عن بعضها، وهي تنظيم منسق لهذا الوحدات المستقلة بغرض المشاركة في تحقيق أهداف عامة، ومشتركة بكفاءة وفاعلية أكبر مما لو حاولت كل وحدة مستقلة أن تحققها متفرقة وفي مجال المعلومات تعرف الشبكة بأنها عبارة عن مركزين أو أكثر للمعلومات" تربط بينها علاقات متداخلة عن طريق وسائل وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة، ولكل مركز مستفيدون تقدم لهم الخدمات المعلوماتية في الوقت المناسب وبالشكل المناسب" وهو الهدف الأساسي لشبكات المعلومات. ولا يمكن الحديث عن شبكات المعلومات هذه الأيام دون توافر متطلبين أساسين هما: تكنولوجيا الحواسيب او تكنولوجيا المعلومات، وتكنولوجيا الاتصالات.

وتهدف شبكات المعلومات إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تسهيل وصول المستفيدين إلى المعلومات والإفادة منها بأقل وقت وجهد وتكلفة ممكنة.
- تقديم خدمات معلوماتية أفضل من الناخبين الكمية والنوعية.
- الإفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتوافرة حالياً.
- زيادة إنتاجية القوى العاملة في مجال المعلومات وخدماتها.

وقد تزايد الاهتمام بشبكات المعلومات خلال النصف الثاني، من القرن العشرين بشكل واضح وعلى كافة المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية، وحتى على المستوى العربي. ويعود ذلك إلى عدد من الأسباب أهمها:

1) أهمية المعلومات في مجالات التنمية والتربوية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية......الخ. للإفراد والمؤسسات والدول.
2) ضخامة الإنتاج الفكري العالمي لمصادر المعلومات المختلفة في أشكالها (المطبوعة غير المطبوعة) وموضوعاتها، ولغاتها، مما أدى إلى ظاهر انفجار المعلومات أو ما بعرف بثورة المعلومات.
3) تشتت المعلومات ومصادرها داخل البلد وعلى المستوى الدولي، وكثر المعوقات إمام الوصول إلى المعلومات واسترجاعها.
4) غياث الدعم الحكومي لمؤسسات المعلومات وارتفاع تكلفة توفير مصادر المعلومات بالطرق التقليدية في المكتبات ومراكز المعلومات.
5) الانتشار الواسع للمكتبات ومراكز المعلومات وظهور الحاجة القوية للتعاون والمشاركة في المصادر.
6) تطور صناعة تكنولوجيا المعلومات بشكل عام والحواسيب بشكل خاص، وتكنولوجيا الاتصالات، مما أدى إلى تسهيل فكرة الشبكات وانتشارها.

تحتاج شبكات المعلومات إلى عدد من المتطلبات الأساسية وهي:

- توفير مصادر المعلومات بأشكالها المختلفة التقليدية، وغير التقليدية (قواعد وبنوك المعلومات).
- توفير الأجهزة المناسبة للشبكة من حواسيب وغيرها.
- توفير البرمجيات المناسبة لمعالجة المعلومات واسترجاعها. ويمكن تطوير هذه البرمجيت أو الاستعانة بالبرمجيات الجاهزة مثل MINISIS و ISIS و CDS وغيرها من البرمجيات.
- توفير نظام للاتصالات يجعل الشبكة قادرة على تبادل المعلوامت بين الجهات المشاركة في الشبكة.
- توفير المتطلبات المالية اللازمة لتوفير المكان والأجهزة والبرمجيات والمصادر والعاملين والصيانة وغيرها من الاحتياجات المستمرة.
- توفير المتطلبات البشرية والخبيرات اللازمة والمؤهلة من مبرمجين ومشتغلين وخبراء وإداريين......الخ.

أما المتطلب الأخير للشبكة فهو "المستفيديون النهائيون" الذين ستقدم لهم الشبكة معلوماتها وخدماتها المختلفة. ويتكون مجتمع المستفيدين من شبكات المعلومات غالباً من الفئات التالية:

- العاملون في مجالات التخطيط المختلفة.
- متخذو القرارات وخاصة في الإدارات العليا.
- الباحثون في متختلفة التخصصات والميادين.
- الدارسوم وخاصة طلبة الدراسات العليا.
- المتخصصون والعاملون في الميادين.
- المؤسسات العلمية والثقافية والتربوية والحكومية وغيرها.
- المكتبات ومراكز التوثيق ومراكز المعلومات المختلفة.
- ذات أخرى من المستفيدين كالعامة من الناس.

وتصنيف شبكات المعلومات إلى عدة أنواع منها:

1) الشبكات المركزية والشبكات اللامركزية.
2) الشبكات الهرمونية والشبكات اللاهرمونية.
3) الشبكات مفتوحة العضوية والشبكات محدودة العضوية.
4) شبكات القطاع العام وشبكات العطاع الخاص.
5) الشبكات العامة والشبكات المتخصصة.
6) الشبكات المحلية والشبكات بعيدة المدى.

أما من حيث شكل الشبكة فيصنفها إلى ثلاثة أشكال رئيسية هي:

- شكل النجمة أو الشبكة المركزية.
- الشكل الهرموني.
- والشكل المنثوري أو الموزع.

ويتوافر حالياً عدد غير محدود من شبكات المعلومات على المستوى العالمي والإقليمي. كما استطاعت العديد من الدول إنشاء الشبكات الوطنية للمعلومات وعلى المستوى العربي تسعى جامعة الدول العربية منذ مدة لتطوير الشبكة العربية للمعلومات. وهناك بعض الشبكات التي تم تطويرها في البلاد العربية مثل شبكة الخليج وغيرها.

*** البلوتوث: BLUTOOTH**

البلوتوث تكنولوجيا جديدة ومتطورة تعمل بمواصفات عالمية لربط كافة الأجهزة المحمولة والالكترونية مع بعضها البعض والقيام بعملية الاتصال وتبادل البيانات والمعلومات من غير أسلاك وكابلات وتدخل من المستخدم.

وتعود تسمية BLUTOOTH إلى ملك الدنمرك هارولد بلوتوث HARALD (BLUETOOTH) اختير الاسم للدلالة على مدى أهمية شركات الدنمرك والسويد

والنرويج وفنلندا في صناعة الاتصالات على الرغم إن التسمية ليست لهـا علاقـة بمضمون التكنولوجيا.

صنعت مجموعة SIG جهاز دائري صغير مثبت في لوحة صـغيرة تـدعى RADIO MODULE تثبت في أجهزة الهاتف النقال والكومبيوترات وأجهزة التسلية ويأتي هذا الجهاز على شكل كرت كومبيوتر أو دنقل في مدخل اليو اس بي USB DONGLE كرت البلوتوث تقنية وفرت حلولا سريعة لشبكات الكومبيوتر تغنيـك عن كروت الشبكة والتوصيلات.

فوائد البلوتوث:

تكمن في انه لاسلكي وغير مكلف وسـهل التشـغيل ويعمـل علـى تـردد 2.45جيجا هرتزمدى إشارته بحدود دائرة بقطر (10 أمتار) ولا تتداخل الإشارات في الأجهزة التي تعمل بالبلوتوث لان لكل جهاز ترددات مختلفة تتغير دوريا حسب تقنية تسمي: وثبة تردد الطيف الممتـد SPREAD -SPECTRUM FREQUENCY HOPPING وظلت الشركات المهتمة بمجال الاتصالات اللاسلكية تطور من هـذه التقنيات إلى أن وجدت تقنية جديدة تغنيك عن استخدام البلوتـوث، حيـث كشـفت مؤخرا شركة نوكيا إحدى الشركات المساهمة في إطلاق تقنية البلوتوث النقاب عن تكنولوجيا ثورية وتقنية جديدة للاتصال اللاسلكي قصير النطـاق اصـغر و أكثـر فعالية من التقنية السابقة وهي:

*** تقنية ويبري: WIBREE**

تستخدم في التوصيل اللاسـلكي بـالهواتف النقالـة والمحمولـة وأجهـزة الكومبيوتر والطابعات لنقل المكالمات وعناصر التقويم والملاحظـات و ألاغـاني والصور والملفات الأخرى على امتداد(10 امتار =30 قدم) بين الأجهزة ولميـزة وسر WIBREE في ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية. تتـيح شـرائح WIBREE إمكانية توصيل الهواتف والأجهزة الالكترونيـة المختلفـة بالسـاعات والعـدادات

الرياضية والماوس اللاسلكي والشاشات الصحية حيث عجزت تقنية BLUTOOTH أن توصل الأجهزة الالكترونية بالساعات والعدادات الرياضية والشاشات الصحية لحاجتها الماسة إلى كمية كبيرة من التيار الكهربائي والطاقة.

ومن المتوقع أن تعمل شركات الهواتف النقالة والكومبيوترات المحمولة (اللابتوب) على دمج هذه التقنية في أجهزتها المصنعة الحاوية على تقنية البلوتوث ووضع شرائح ثنائية بدل من شريحة بلوتوث لوحدها واستبدالها بجيل جديد من الهواتف المحمولة والكومبيوترات الحاوية على شرائح بلوتوث _ ويبري وللكومبيوترات أو الهواتف التي لا تحمل شرائح البلوتوث أن تضاف لها شرائح ويبري فقط.

مميزات تقنية ويبري:

1. استهلاك متدن للطاقة. Low Power Consumption
2. أقل سعرا وأصغر حجما (لا تشغل حيزا كبيرا)، يمكن إضافتها إلى أجهزة الهاتف والحاسوب المحمول.
3. يمكن أن تصبح مواصفة (معيار) عالمية جديدة، ليسهل تصنيعها من قبل أي شركة في العالم.
4. تعمل تقنية الويبري عند موجة الراديو 2.4 جيجا هرتز ولمسافات تصل إلى 10 أمتار. ولا يحتاج لترددات عالية كما في البلوتوث حيث يحتاج البلوتوث إلى درجات أعلى من 6 جيجا هرتز للحصول على اتصال أسرع.
5. معدل إرسال عال (أعلى بكثير من تقنية البلوتوث) يصل إلى واحد ميجابايت في الثانية M Bytes/Sec.1
6. أكثر أماناً من تقنية البلوتوث، حيث إنه سوف يكون من الصعب على المتطفلين سرقة بيانات الهاتف المحمول.
7. يمكن استخدامها مع عدد من الأجهزة في الوقت نفسهMultiple Access ، حيث يمكن إيصالها بسماعة الاتصال وفي الوقت نفسه بجهاز الحاسوب.

*** تقنية التراسل بالحزم العامة : GPRS**

تعد تقنية التراسل بالحزم العامة للراديو (GPRS) من التقنيات المبتكرة لنقل البيانات عبر شبكات جي اس ام وتستخدم في الوصول إلى المعلومات عبر أجهزة الهواتف المتحركة المتوافقة مع هذه التقنيـــة. ويتم نقل المعلومات في شكل حزم مما يسمح بالوصول إلى أحجام أكبر من المعلومات الخاصة بخدمة (WAB) وبتكلفة أقل من معلومات (WAB) التي تعتمد على مدة الاستخدام .

إن أهم ما يميز هذه الخدمة هو تمتعك باتصال مستمر ودائم بشبكة الإنترنت مما يعنى أنك لن تدفع سوى تكلفة المعلومات التي ترسلها أو تستقبلها وبفضل هذه الخدمة يمكنك الوصول إلى البريد الإلكتروني والى تطبيقات خدمة (WAB) بسرعة أعلى من ما كان عليه سابقا.

*** تقنية وآي فاي : Wi-Fi**

في حوالي العام 1992 بدأ البحث في أول بروتوكول للشبكات اللاسلكية في التردد الغير مرخص GHZ. 2.4 لقد اعتمد على التقنية التي استخدمت من قبل الجيش من أجل العمليات التي لتحتاج لنظام اتصالات سرية. في البداية طورت في مجالين التعليم والعناية الطبية. ففي العناية الطبية استعملت أجهزة الحاسب المحمولة في المشافي ليمكنها الوصول لمعلومات المريض بينما في المدارس بدأ استخدام الشبكات اللاسلكية لتجنب الكلفة الكبيرة للشبكات السلكية. وفي عام 1997 IEEE (Institute of Electrical and Electronic Engineers) أصدر. المعيار 802.11 القياسي من أجل الشبكات اللاسلكية. واليوم يوجد عدة قياسات لهذا المعيار. b802.11 و الذي يعتبر كتوسعة للمقياس الأساسي والذي يسمح بإرسال بسرعة تصل ل Mbps 11 هذه الحزمة الترددية هي مجانية وليس عليها حقوق مقيدة لذلك تستخدم بشكل واسع في الأجهزة اللاسلكية مثل فرن المايكروويف والهاتف اللاسلكي وأبواب الكراج والبلوتوث كل ذلك يدخل ضمن b.802.11

الجيل الثاني.802.11a و هو معقد أكثر من سابقه ولكن له فوائد أكبر و الذي يعرف أيضا ب WiFi5 ويستخدم الحزمة 802.11a 5GHZ يعتمد على تقنية OFDM (Orthogonal Frequency Division Multiplexing) أكثر من استخدام DSSS فهو يعمل في الحزمة الترددية الراديوية GHz 5.2 التي تملك تداخل أقل مع الأجهزة الأخرى وبالتالي نحصل على سرعة كبيرة جدا لنقل المعطيات تصل لأكثر من 54Mbps 802.11gهو الإصدار الجديد من عائلة إل Wi-Fi و لكنه ما زالت تعمل في المجال الراديوي GHZ2.4.

وأخيرا ظهر مصطلح "Hotspots" لإرضاء الوصول السريع اللاسلكي للانترنيت في الأماكن ك الفنادق – محطات الخدمة – المطارات و محطات القطار حيث هذه الخدمات تكون مجانية أو مقابل أجر كل ساعة.

هذه التقنية أنقصت التعارض لأن تعارض الإشارة من نظام الحزمة الضيقة سوف يؤثر فقط على طيف الانتشار للإشارة إذا كان كلاهما ترسلان على نفس الحامل بشكل متزامن.لذلك التعارض الإجمالي سوف ينخفض جدا و بالتالي لا يوجد خطأ أو خطأ صغير جدا A frequency hopping radio,

*** تقنية وآي ماكس: Wi-Max**

جاءت "Wi-Max" ألا وهي اشتقاق متطور لشبكات " **Wi-Fi** " اللاسلكية، تقدم حلولاً ومنتجات قوية تناسب إرسال البيانات الضخمة والفيديو والصوت عبر تقنية الإنترنت، وبُدأ بتطوير "Wi-Max" منذ قرابة (10) أعوام على أنها أول تقنية راديو موجة واسعة (wide-band radio) بمعيار موحد عالمياً.

وبينما تعرف" **Wi-Fi** " بأنها معيار (802.11)، فإن معيار "Wi-Max" هو (802.16) وهي اختصار للعبارة " Worldwide Interoperability for Microwave Access".

تعد "Wi-Max" تقنية شبكات لاسلكية للمدن Wireless Metropolitan (Area Network) يمكنها ربط نقاط " **Wi-Fi** " بالإنترنت وتأمين تمديد لخدمات الكابل وخط المشترك الرقمي (DSL)، يمكن لهذه التقنية أن توسع مدى الاتصالات اللاسلكية من التغطية الحالية التي تقدمها تقنية " **Wi-Fi** " اللاسلكية والتي لا تتجاوز (90) متر إلى حوالي (50) كيلومتر تقريباً.

لا بد هنا من الإشارة والتأكيد على هدف هذه التقنية، وهو تأمين الاتصال اللاسلكي بالموجة الواسعة لما يطلق عليه "الميل الأخير" كبديل عن الكابل وخط المشترك الرقمي (DSL)، وفي الحالة النموذجية تؤمن خلية "Wi-Max" تغطية نصف قطرها من (3) إلى (10) كيلومتر، مع تقديم (40) ميغابت بالثانية.

أما المستخدم النهائي، فسوف يجد في "Wi-Max" حلاً يتجاوز قيود خط المشترك الرقمي (DSL) التي تقتصر تغطيتها حالياً على دائرة قطرها (5) كم تقريباً، حيث ستوفر خدمات ومنتجات "Wi-Max" لخدمة الاتصال بالإنترنت من الأجهزة الثابتة من كمبيوترات مكتبية، ويليها توفر منتجات "Wi-Max" الموجهة للأجهزة المحمولة والأجهزة الجوالة التي بدأت بالانتشار مطلع عام (2006).

ولتزويد الكمبيوترات الثابتة بالاتصال اللاسلكي بالموجة الواسعة فإن حلول "Wi-Max" ستتولى وصل نقاط التغطية اللاسلكية من " **Wi-Fi** " (هوت سبوت Hot Spot) بالشبكات السلكية إلى جانب اعتماد "Wi-Max" لخدمات (DSL) ولن تتنافس "Wi-Max" مع خدمات تزويد الاتصال عبر " **Wi-Fi** " أو "DSL"، بل ستكون مكملة لهما، رغم أن نجاحها سيحمل نهاية لشبكات " **Wi-Fi** " وشبكات الخلوي (GSM)، وبدلاً من ترقية الأسلاك النحاسية الخاصة بالهاتف بكابلات "DSL"، فإن "Wi-Max" ستكون منافساً وبديلاً لهذه الأخيرة.

يرى البعض في هذه التقنية حلاً مكملاً للتقنيات الأخرى بطريقة تجعل المستخدم قادراً على الاتصال بشبكة " **Wi-Fi** " لاستخدام الشبكة المحلية في العمل،

ويعتمد "Wi-Max" لدى خروجه من الشركة، وسيلجأ لشبكة الخلوي عند مغادرة المدينة.

ورغم الاختلاف في نقاط الضعف والقوة بين "Wi-Max" وتقنيات الاتصالات الجيل الثالث، إلا أنهما سيتنافسان لا محالة بسبب قدرة "Wi-Max" على تزويد الاتصال للأجهزة الجوالة والمحمولة كما هو وارد في مسار وخطط التقنية المستقبلية، وبما أن الإصدارات التالية من "Wi-Max" وهي (802,16) و(802,20)، ستقدم إمكانيات تشابه الهاتف الجوال، أي المحافظة على الاتصال اللاسلكي خلال التنقل (Roaming)، كما أن انتشار نقاط تغطية " Wi-Fi " يعزز إمكانيات نشر "Wi-Max" المكملة لها.

ومن جانب هام آخر، هناك الناحية التي يسهل إهمالها وتناسيها دوماً، وهي المحتوى الرقمي الذي يجب توفيره للاستفادة فعلياً من تقنية "Wi-Max"، فإلى جانب الخدمات الضرورية على المواقع المحلية، هناك الخدمات الحكومية وتعزيزها لفائدة الجمهور، فمن السهل إنشاء البنية التحتية دون الأخذ بالحسبان توفير محتوى قوي يجذب المستخدمين لتبني هذه التقنيات الجديدة.

وإذا كنا نستهلك التقنية كما هي من برامج وأجهزة وحلول جاهزة، فلا بد لنا من تطوير المحتوى الرقمي المحلي على الأقل وإلا لن تفلح أقوى التقنيات وأسرع الأجهزة في تحقيق أهداف اقتنائها واستخداماتها، ولا بد من دعم وتطوير المواقع والخدمات التي تقدمها عبر الإنترنت لتنطلق تقنيات قوية مثل "Wi-Max" وغيرها.(القرية الالكترونية، 2007)

فوائد تطبيقات الجوال: فوائد التطبيقات المتنقلة متنوعة وعديدة منها:

- بلورة كافة القدرات التقنية بالمرونة اللازمة لتلبية احتياجات أي مشـــروع ومؤسسة.

- زيادة المنتجات والخدمات التي تقدم كذلك إضافة شريحة جديدة من السوق إلـــي المشاريع القائمة.
- تحسين الاتصال مع العملاء والشركاء والموردين.
- الاستجابة في الوقت المناسب لأعضاء الفريـــق، والعمـــلاء، والمـــديرين والموظفين.
- تكسب ميزة تنافسية للمؤسسة سواء كانت في الاتصالات الداخلية والقـــدرة علي الاستجابة وإدخال أحدث التقنيات والتطبيقـــات الحديثـــة إلـــي ســـوق المشاريع المختارة.
- سهولة الوصول في الوقت المناسب إلي المعلومات والتحذيرات والبيانـــات الهامة – في أي وقت وفي أي مكان.(معهـــد تـــوب مـــاكس تكنولـــوجي، 2011).

الفصل الثامن

الاتصال الرقمي

الفصل الثامن

الاتصـال الرقمي

مقدمة:

أدت إسهامات مجموعة من العلوم مثل: علم الاجتماع وعلم النفس، وعلـوم اللغة، والعلوم الطبيعية والرياضيات..، إلى تطـوير مفهـوم وتعريـف الاتصـال الرقمي، وتنوعت هذه التعريفات، فمنها ما قدم على قدمه هذا النمط من الاتصـال من وسائل تقنية، مثل مواقع الـــ Websit، ومنها ما ركز على المهارة الفرديـة للمستخدم في إنتاج، وتوصيل واستقبال، وإرسال الرسائل الرقميـة، دون التركيـز على الأبعاد الاجتماعية والإنسانية لهذا النمط من الاتصال. ومنها ما حاول أن يحدد أنواع التقنيات المستخدمة، بالإضافة، إلى التركيز على أهداف هذا الاتصال، وعلى النتائج الناجمة عنه.... وانطلاقاً من كل التعريفات، التي حاول الباحثون أن يضفوا بها الاتصال الرقمي فإننا نصل إلى التعريف التالي:

1. **تعريف الاتصال الرقمي**:

هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين أطراف يتبـادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال الـنظم الرقميـة ووسائلها لتحقيق أهداف معينة أسباب الاتصال الرقمي[1].

2. **محددات تعريف الاتصال**:

1- الاتصال الرقمي عملية لا تتم بين أطراف عملية الاتصال فقط وضـمن بيئـة وسياق اجتماعي واتصالي معين بل يضاف عليه أنه عملية بين عناصر النظم الرقمية التي تدل على استمرار الاتصال وتطوره.

---

[1] د. ندى الساعي (إعلام الالكتروني)، محاضرات ألقيت في كلية الإعلام، جامعة دمشق، 2013.

2- على الرغم من الحديث عن مفهوم العزلة Isolation في عملية الاتصال الرقمي لكن البعد الاجتماعي واضح في هذه العملية فهناك اتصال ثنائي وجمعي. وقد ذكرت الدراسات وأكدت على دعم هذا النمط من الاتصال للقيم الاجتماعية السائدة ومنع الرقابة على الآراء والأفكار مما يؤدي إلى مشاركة أكبر في العمليات الديمقراطية، هذا بالإضافة إلى الأدوار الاجتماعية التي تقوم بها الانترنت في مجالات التعليم والصحة والاقتصاد ومجالات التنمية البشرية.

3- مهما كان مستوى الاتصال الرقمي (ثنائي أو جمعي) هو اتصال عن بعد، وكل التقنيات المستخدمة في الاتصال تستخدم في القريب بين أطراف الاتصال لكن كل ذلك لا تجعله يقترب من الاتصال المواجهي.

4- رغم أنه اتصال عن بعد لكن المستحدثات الرقمية وفرت مقومات الاتصال المواجهي مثل دائرية الاتصال (كما يحصل في المؤتمرات عن بعد) وتبادل الأدوار الاتصالية.

5- وجود النظم الرقمية ضروري لإتمام عملية الاتصال الرقمي.

6- يزيد في عناصر عملية الاتصال الرقمي عن الاتصال المواجهي أو الجماهيري وجود أجهزة الترميز في عمليتي الإرسال والاستقبال (مودم)، ويعتبر الكمبيوتر هو جهاز الإرسال والاستقبال.

7- لا يعاني الاتصال الرقمي من الضوضاء والتشويش.

8- ضرورة توافر الثقافة الكمبيوترية لأطراف الاتصال الرقمي نظراً لمتطلبات التعامل مع وحدات الحاسب وتعليماتها ثم طبيعة الرسالة الرقمية التي تحتاج إلى عمليات ومعالجات مكتوبة لتحريرها أو إرسالها واستقبالها.

9- يتسم الاتصال الرقمي بأن القائم بالاتصال معروفاً في المواقع المختلفة للمعلومات والمعرف التي يستخدمها اللهم إلا في الاتصال من أجل استخدام البريد الالكتروني أو الحوار والمحادثة ومجموعات الأخبار أو قوائم البريد.

10- عملية الاتصال الرقمي هادفة وأطراف عملية الاتصال واعية بمتطلبات الاتصال الرقمي وخصائصه، لذلك فإن لدى هؤلاء المستخدمين أهداف ووظائف يسعون لتحقيقها من خلال استخدامها، وهذه الأهداف تتفق بمجملها مع أهداف الاتصال الإنساني ولكنها تختلف في ترتيبها.

3. خصائص الاتصال الرقمي:

1- التفاعلية (Interactivity):

وهي السمة المميزة التي تسم الاتصال المواجهي، وهي تعمي انتهاء فكرة الاتصال الخطي، في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الاتصال باتجاهين يتبادل أطراف العملية الأدوار، ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في علمية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه وهذا يترتب عليه:

أ- المستقبل والمتلقي أصبح مشاركاً في علمية الاتصال ومؤثراً في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة وليس متلقياً سلبياً.

ب- لا تتوقف المشاركة على اختيار المحتوى أو المضمون النهائي في عملية الاتصال بل امتد إلى التأثير في هذا المحتوى عبر الصدى سواء أكان تزامناً، أي في الوقت لا حق وذلك ما كان مفقوداً في الاتصال التقليدي وأمكن تلاقيه باستخدام الهاتف وإيميل أو الشريط المكتوب أسفل الشاشة.

ت-تعدد المشاركين في عملية الاتصال في إطار متزامن مت تبادل أدوار الاتصال كما يحصل في مؤتمرات الفيديو. وبذلك لم يعد المشاهد يوصف ومتفاعلاً في العملية الاتصالية.

2- التنوع:

أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف أفضل العملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، ويتمثل التنوع في الاتصال الرقمي بـ:

أ- تنوع أشكال الاتصال عبر الحاسب (اتصال صوتي – بريد الكتروني – جماعات النقاش – المؤتمرات عن البعد – الاتصال بمواقع الالكترونية ومواقع محطات الـ TV).

ب- التنوع في المحتوى سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته (التنوع في محتوى الاتصال عبر وسائل – التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص).

3- التكامل:

تتيح عملية الاتصال الرقمي (عبر شبكات الاتصال) مختلف نظم الاتصال وأشكله، مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين وطباعة أو تسجيل أو إرسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

4- الفردية والتجزئة:

يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعلي من شأن الفردية. كما تؤكد الاتصال الرقمية على سرية الاتصال خصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يتوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال.

كما أدى تنوع مجالات المعلومات المتاحة على شبكات الإنترنت، إلى الوصول إلى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين (المهتمين بالرسم – بالرياضة – بالخياطة)، وهذا الاتصال يتيح لهذه الفئات معلومات دقيقة لا تستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية إيصالها. ويؤدي في نفس الوقت إلى تفتيت جمهور المستخدمين

وإلى تجزئته، وهو (أيضاً يقوم بنفس الوقت بتجميعه حسب الاهتمامات والعوامل الأخرى، كما يحصل في المنتديات أو المدونات Biogs ،Forums).

5- تجاوز الحدود الثقافية:

شكة الإنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوماً بعد يوم ويزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية Globalization. وما حرص الكثير في الدول والمجتمعات على إنشاء طرق المعلومات السريعة Information Super Highway. إلا تعبيراً عن إدراكها لأهمية الاتصال الثقافي العالمي، وتدعيماً للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الالكترونية العالمية.

6- تجاوز وحدة الزمان والمكان:

الاتصال الرقمي اتصال عن بعد لا يفترض فيه تواجد أطراف الاتصال في مكان وحد وفي نفس الوقت (التزامن)، اللهم إلا في عمليات الدردشة، أو المؤتمرات عن بعد وأدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية Laptops، والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تباعت المسافات بين أطراف عملية الاتصال. نظراً لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال، والإرسال والتخزين، والتحميل على الأجهزة، و الاسطوانات، وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب. وقد ارتبط هذا اللاتزامن، بأشكال اتصالٍ أخرى مثل: البريد الالكتروني E-Mail، أو التعرض للمواقع الإعلامية كالصحف ومحطات التلفزيون.

وقد راعت وسائل الإعلام هذه النقطة فقامت بتحميل موادها الإعلامية على الخوادم المرتبطة بالمواقع، نظراً لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال والتخزين أو التحميل على الأجهزة أو الأسطوانات وإعادة استقبالها مرة أخرى في

الوقت المناسب بالمواقع الخاصة بها، ليقوم المستخدم في الوقت المناسب لها بالإطلاع عليها.

7- الاستغراق في عملية الاتصال:

شجع انخفاض تكلفة الاتصال الرقمي على عملية الاتصال الرقمي، والاستغراق في البرامج المتاحة بغية التعليم وذلك لأوقات طويلة في إطار فردي. كما ساعد انتشار الوسائل الفائقة والنصوص الفائقة على الإبحار أو التجول وبالتالي الاستغراق أكثر بين المعلومات والأفكار.

كل هذا أدى إلى طول الوقت المتاح للاستخدام مقارنة بالوقت المخصص للوسائل الأخرى. وقد لوحظ أن الاستغراق قد يزيد من المعزلة الاجتماعية للفرد، كما يرتب آثارها غير صحية أثناء عملية الجلوس مطولاً أمام الجهاز (آلام الظهر – التأثير على النظر). لذلك يجب أخذ الاحتياطات الصحية اللازمة وتخفيف التعرض الكثيف (الإدمان).

4. **مستويات الاتصال الرقمي**:

ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات وأشكال الاتصال القائمة وتطوير أو توفير أشكال حديثة فيها، بحيث تؤدي في النهاية إلى تعظيم الاستفادة في توظيف التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات وتتمثل هذه المستويات في الآتي:

1- الاتصال بالحاسب وبرامجه:

في هذه الحالة يكون الكمبيوتر هو نفسه وبالبرامج التي تمثل قاعدة بيانات طرفاً في عملية الاتصال والتفاعل مع هذه البرامج يتم وفق أسلوب تصميمها والهدف منها (تعليمي أو تسلية أو ترفيه).

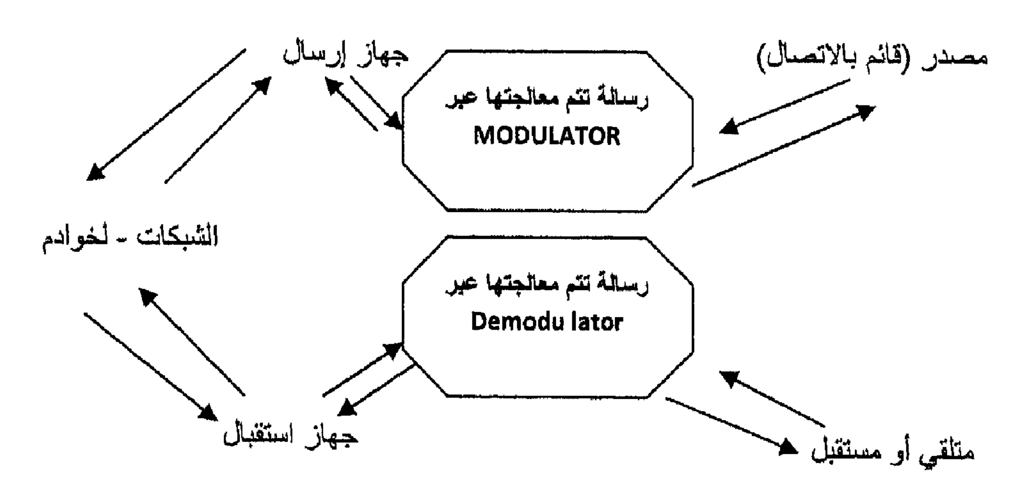
2- الاتصال بقواعد البيانات:

وفي هذه الحالة يعتبر الكمبيوتر أجهزة طرفية لقواعد البيانات التي تم تخزينها على حساب رئيسي يتصل بعدد من الحواسب يتبادل المعلومات والبيانات إما عن طريق الكابل Cable كما في الشبكات المحلية أو عن طريق شبكة الإنترنت كما في الشبكات Intranet أو Extranet.

وهذا النمط من الاتصال ليس فيه قدراً كبيراً من التفاعلية حيث تقوم حدود التفاعلية عند حدود الدخول والإتاحة والتجول بين البيانات كما رسمها القائمون على قواعد البيانات.

3- الاتصال المباشر من خلال الشبكات:

وهو الاتصال الذي يتم عبر الشبكات الاتصال والمعلومات وذلك من خلال كارت الـ Modem وخط التلفون والذي يتم عبره الاتصال، وهذا الاتصال إما أن يكون مكتوباً عبر الرسائل أو أن يكون صوتياً او بالصورة كما يحدث في المؤتمرات عبر الفيديو، وهذا الاتصال إما أن يكون مع فرد أو مع مجموعات كمما يحصل في News Group وأشكال هذه الاتصال يجب أن يكون متزامناً، أما الاتصال المكتوب فهو في الغالب غير متزامن وفي هذه الحالة تتألف عناصر الاتصال الرقمي عبر الشبكات من:



شكل رقم (1) عناصر الاتصال الرقمي من خلال الشبكات

4- الاتصال بمواقع الوسائل الإعلامية:

نظراً لزيارة استخدام الإنترنت وعزوف البعض عن متابعة وسائل الإعـــلام التقليدية فقد لجأت هذه الوسائل إلى استثمار مواقع Sites دائمة لهـــا علـــى شـــبكة الإنترنت لجذب هؤلاء المستخدمين. وقد ساهم وجود النص الفـــائق Hyper Text ومتابعة وما تتيحه هذه التقنية من خدمة التجوال المتعاقب والمرتبط بالنصوص ذات العلاقة بالموضوع على انتشار هذا المواقع وزيادة استخدامها. ومـــا دام قـــد تـــم الاعتراف بالانترنت كوسيط مناسب لتحقيق عالمية الاتصال فقد ســـارعت وســـائل الإعلام للوصول عبر هذه المواقع إلى أكبر عدد من جمهـــور المتلقـــين المحليـــين والإقليميين والعالميين وهذا يضيف إلى هذه الشبكة مهمة أخرى فهي إمـــا وســـيط اتصال أو وسيلة اتصالية وهذا ما نناقشه الآن:

أولاً: الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية لماذا؟

بالرجوع إلى المحددات الأساسية لتوصيف وســـائل الاتصـــال الجماهيريـــة ومقارنتها بشبكة الإنترنت نلاحظ وجود الخصائص التالية، والتي يمكن من خلالها تصنيف الإنترنت كوسيلة اتصال:

1- الحجم الضخم للمستفيدين والذي يتزايد يوماً بعد يوم.
2- تعدد الوظائف التي تقوم بها الإنترنت كالإعلام والأخبار والترفيه والتسلية والإعلان والتسويق والتعليم عن بعد.
3- حجم الجمهور الضخم الذي يميل نحـــو التخصـــص (تجمعـــه اهتمامـــات واختصاصات مشتركة)، والتي تستهدفها مواقع متخصصة (يوجـــد علـــى الشبكة حوالي 50 مليون موقع متخصص)، وهذا الجمهور غير المعروف بالنسبة للقائم بالاتصال، يمكن تحديد اهتماماته وتخصصاته التـــي تعكـــس طريقة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وهذه الوسائل تســـعى الآن إلى تجزئة هذا الجمهور ومخاطبته حسب اهتماماته كل تفعل الإنترنت.

4- جمهور الوسائل التقليدية ومستخدمي الشبكة غير معروفين بالنسبة للقائم بالاتصال، وكذلك فإن القائم بالاتصال في الانترنت غير معروف، سوى أنه مصدر للمعلومات أو مالك المواقع (المنتدى أو المدونة).
5- تنوع المحتوى أو الرسائل الاتصالية في المواقع الواحد بتنوع الوظائف جمهور المستفيدين التي تقوم بها الإنترنت.
6- الاعتماد على التقنيات الاتصالية ويقابلها الاعتماد على التقنيات الرقمية في الوصول إلى فئات المستفيدين.

بسبب كل ذلك تعتبر الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية خاصة وأنها تقوم بكل الوظائف التي تقدمها الوسائل التقليدية وحتى المواقع الإعلامية المتخصصة على الشبكة أصبحت لها الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، وهذه المواقع مثل (صحافة الشبكات) Online journalism اكتسب نفس خصائص الاتصال الرقمي من التفاعلي وتدعم دور الجمهور في الاتصال بالمواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.

ويمكن أن نلاحظ في تصنيف الإنترنت كوسيلة اتصال:

- أن وسائل الإعلام التقليدية استطاعت أن ترصد وتنظر استخدامها وتأثيراتها وذلك لا يمكن تجاهل سعي الوسائل التقنية الحديثة أن تبحث في إمكانية تطبيق الفروض والتقييمات والنظريات التي طبقت على الوسائل التقليدية لاختيار تحقيقها ولدراسة أوجه الاتفاق والاختلافات بينهما للوصول إلى فروض ونظريات وتعميمات خاصة بهذه الشبكة.
- أجريت وطبقت كثير من النظريات الإعلامية عن جمهور شبكة الإنترنت وخاصة في مجال.
- تحديد وظائف ودوافع استخدما الشبكة لدى فئات عديدة من مستخدمي الشبكة.
- ارتفاع أسعار الأجهزة التقنية ليس سبباً دون انتشار هذه الوسائل فهكذا بدأت أغلب الوسائل.

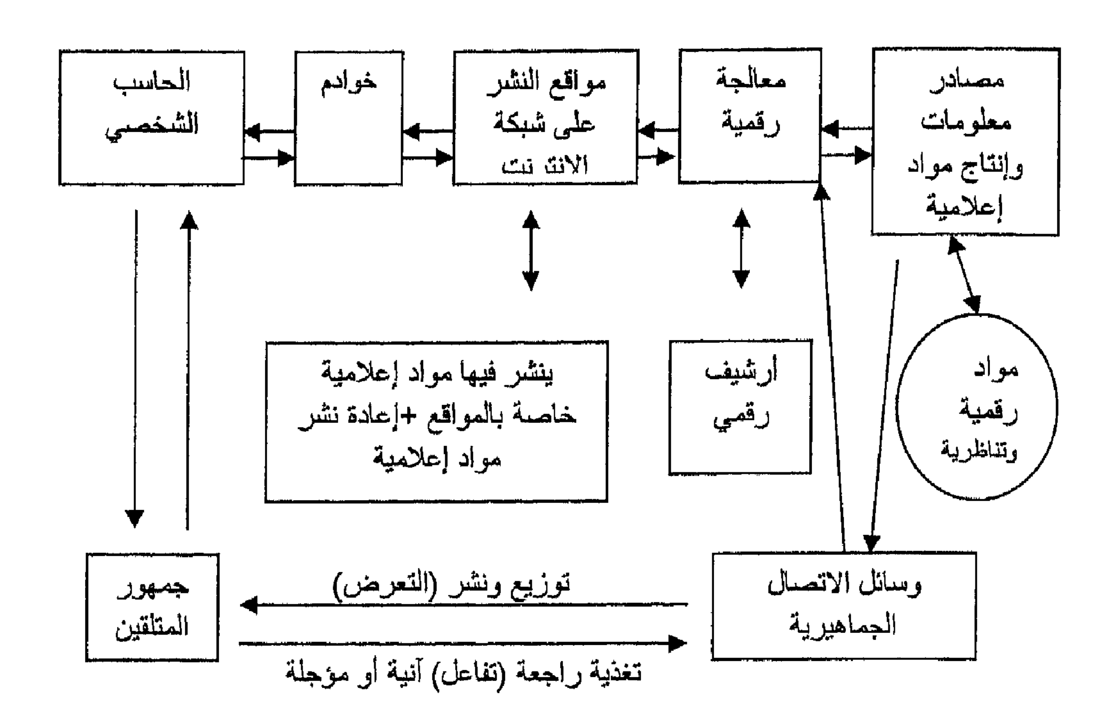
- علم الاتصال الذي استفاد في تطوير نظريات علم النفس وعلم الاجتماع وعلم اللغة ويمكن أن ينتظر تطور العلوم الأخرى.
- لا يمكن تجله الانتشار الضخم للإنترنت، ولا يمكن تجاهل الوظائف التي تحققها، ولا يمكن تجاهل ميزة التفاعلية التي تتصف بها، ولا يمكن تجاهل تنامي المواقع الإعلامية عليها والتي أصبحت تستكمل منظومة وسائل الإعلام، ولا يمكن تجاهل اهتمام الأجهزة والحكومات والهيئات والأفراد بالاتصال عبر الشبكات، والسباق على توفير البنية الأساسية وأجهزة الحواسب ومستلزماتها الرقمية، كل ذلك يحتم دراسة استخدام شبكة الانترنت وتأثيراتها.

ثانياً: الانترنت وسيط اتصالي بين وسائل الإعلام والجمهور:

تستخدم وسائل الإعلام التقليدية المواقع المتاحة لها على الشبكة في نشر وبث الرسائل الإعلامية باعتبار الإنترنت إحدى قنوات ومسارات النشر أو البث. ولا تقدم هذه الوسائل مواد مختلفة كما تنشره أو تبثه لكنها تعيد نشر وإذاعة نفس المواد لاستقطاب مستفيدين آخرين من مستخدمي الإنترنت بإضافة لجمهورها التقليدي، لذلك فإننا نعتبر هذه المواقع شأنها منافذ توزيع الصحف أو أجهزة التلفزيون.

في هذه الحالة قد لا تتوفر خاصية التفاعلية لكنها تقدم للمستفيد خدمات أخرى مثل الحفظ والتسجيل للمواد الإعلامية لإعادة قراءة أو مشاهدة هذه المواد.

وفي الشكل التالي توضيح لكيفية قيام الإنترنت بدورها كوسيلة اتصال، أو وسيطة اتصالي.



شكل رقم (2) الإنترنت كوسيلة اتصالي أو كوسيلة اتصال

لتوضيح الشكل السابق نجد أن الإنترنت تقوم بدورين إما وسيلة إعلام جماهيرية أو وسيط اتصالي وذلك كما يلي:

1- تنتج الهيئات والمؤسسات الخاصة بمصادر المعلومات مواد إعلامية إما رقمية أو تناظرية تستهدف الوصول إلى جمهور المستفيدين وتكون في هذه الحالة أمام بديلين:

أ- إنتاج جماهيري للمعلومات ومواد إعلامية ونشرها خلال الوسائل التقليدية.

ب- إنتاج معلومات ومواد إعلامية بالنظم الرقمية بغرض النشر من خلال مواقع هذه الهيئات والمؤسسات.

2- في كلتا الحالتين فإن المعالجة الرقمية ضرورية، سواء لأغراض النشر من خلال الرسائل التقليدية أو النشر على مواقع الإنترنت وذلك للاستفادة من الإمكانات التقنية في تخزين المعلومات على الأوعية الرقمية (الحاسبات - CDs).

3- عملية المعالجة الرقمية سهلة وسريعة بفضل تطور استخدام الرقمية في إنتاج المواد المطبوعة (جمع المادة التحريرية وتنسيقها – الإنتاج والتصوير والتسجيل الرقمي في الراديو والتلفزيون).

4- عملية المعالجة الرقمية سهلت إمكانية نشر هذه المواد على الوسائل التقليدية وعلى شبكة الإنترنت في نفس الوقت وبنفس المحتوى.

5- في حالة إنتاج المعلومات بغرض النشر على المواقع الإنترنت مباشرة مثل Online Jourmal تتم عملية الإنتاج وفق متطلبات النشر الرقمي في التصميم والإنتاج الذي يتفق وخصائص مستحدثات التكنولوجيا الرقمية وخاصة تصميم واجهات التفاعل والتجول والإبحار وتوظيف النص الفائق والوسائل المتعددة والرسائل الفائقة وكلها أصبحت أدوار وخصائص تميز التصميم والإنتاج على الشبكة بما يميزها على النشر في الوسائل التقليدية وهي توفر مزايا التفاعلية والمرونة وميزة التحديث المستمر للمواد طوال فترة وجودها على الموقع.

6- توفر المواقع الإعلامية خاصية التخزين في خوادم لتوفير إمكانية البحث والاستدعاء في الوقت المناسب للمستخدم وهو ما يوفر ميزة الاتزامنية.

7- من خلال الخوادم المرتبطة بأجهزة الحواسب يمكن للمستفيد التعرض لوسائل الإعلام التقليدية المتاحة على الشبكة أو مواقع وسائل الإعلام التي تتيح المعلومات والمواد الإعلامية المنتجة خصيصاً للنشر على المواقع.

8- يوفر الاتصال بوسائل الإعلام التقليدية المتاحة على الشبكة أو المواقع الإعلامية إمكانية التفاعل الآني مع المواد الإعلامية المتاحة كما يسهم الاتصال الرقمي بوسائل الإعلام التقليدية إمكانية التفاعل الآني أيضاً كما يحصل عبر بـ (E-Mail) والهاتف، وشريط المعلومات أسفل الشاشة، ويظل رجع الصدى مؤجلاً في الوسائل التقليدية من خلال الدراسات والبحوث الخاصة بالقراء أو المستمعين.

9- توفر الحواسب الشخصية إمكانية قيام المستفيد أو المستخدم بتخزين المعلومات والمواد المتاحة على مواقع الشبكة لإعادة التعرض لها في أوقات مناسبة.

5. **وظائف الاتصال الرقمي**:

أظهرت نتائج الدراسات والبحوث التي أجريت حول الوظائف الأساسية للاتصال الرقمي الوظائف التالية تشابه في بعضها وظائف وسائل الاتصال التقليدي:

1- **تجاوز قيود العزلة:** التي يفرضها الاتصال الرقمي من خلال الاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسب أو من خلال الشبكات، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه ولكن من خلال لمحادثات والحوارات والبريد الالكتروني، حيث لا يعرف أطراف الاتصال بعضهم بعضاً ولكن تجميع نفس الاهتمامات والحاجات الاتصالية وبهذا يوسع الأفراد دائرة علاقاتهم.

2- وفي ذلك الإطار تنشأ المجتمعات الافتراضية: التي تجمع بين أفرادها أهداف مختلفة كناهضة العنصرية – الدعوة الديمقراطية – تحرير الجنس والنوع.

3- تقوم المواقع المنتشرة على النت بتقديم معلومات كثيرة عن الوقائع والأحداث في الداخل والخارج وهي بذلك تقدم وظيفة إخبارية تساعدها في ذلك سهولة الاتصال بها، وفورية الإعلام.

4- القيام مع الوظيفة الإخبارية بالوظيفة التعبوية: لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار، وهذه الوظيفة بها المواقع بمعزل عن كل النظم وهي بذلك تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية التي ترى ضرورة إتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال.

5- تقوم هذه المواقع إلى جانب ذلك في تدعيم وظيفة الدعاية التي تحمل فـي جانبها السلبي تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية وخاصة أن نسبة الفروع المضيفة للحاسبات على شبكات الإنترنت تصل إلى 90% من 30 مليون فرع في أوروبا وأمريكا الشمالية وهـي دول الاحتكـارات والتي تبني مفاهيم العولمة بأبعادها المختلفة.

6- بجانب الوظيفة الإخبارية والوظيفة الاتصالية تتصـدر وسـائل الاتصـال الرقمي باقي الرسائل في تقديم المعلومات في كافة المجالات حتى أصبحت هذه التقنيات مصدراً للمعلومات وهذه الوظيفة تتصدر كافة الوظائف وتصل إلى 75 -90% من أسباب استخدام الإنترنت.

7- القيام بالمساعدة في العملية التعليمية وقد بدأ الحاسب نفسه بهذه العملية عبر برامج كثيرة فانتشرت كثير من المفاهيم في هذا المجـال، مثـل التعلـيم الفردي أو الذاتي، أو التعليم القائم على الكمبيـوتر، أو التعلـيم بمسـاعدة الكمبيوتر، وقد اهتمت الحكومات بهذه الناحية وطورت الكثير من آليـات استخدام الحاسب في التعليم.

وعند انتشار ساهمت في العملية التعليمية فظهرت مفاهيم التعليم عـن البعـد والتعليم من خلال الإنترنت والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية وغيرها مـن المفاهيم التي تشير إلى استخدام الانترنت في التعليم، ويـدعم الاتصـال الرقمـي واستخدام بالدوائر المغلقة المستخدمة في التعليم من خلال دوائر الفيـديو التفاعليـة ومؤتمرات الفيديو وحلقات النقاش.

ولا يقصر التعليم على التعليم المنهجي بل يتعداه إلى تعليم المهارات الحياتية المنتشرة في كثير كم الموقع.

8- القيام بوظيفة الإعلان التسويق: حيث تعتمد المواقع في الغالب في تمويلهـا على الإعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات.

9- القيام بوظيفة التسلية والترفيه: والتي يجذب أعمار مختلفة من المستفيدين عبر الكثير من المواد الترفيهية والألعاب التفاعلية.

كل ما ذكر وظائف تشابه مع وظائف الاتصال التقليدي لأنها في جوهرها لا تختلف عن اتجاهات ودوافع الاتصال الإنساني.

6. تكنولوجيا النظم الرقمية:

1- تطور تكنولوجيا النظم الرقمية:

لسنوات طويلة كانت الإشارات والرموز في النظام التناظري Analog المستخدم في وسائل الاتصال تعتمد على تحويل هذه الإشارات إلى إشارات كهربائية. وكانت هذه الإشارات تتعرض خلال عملية الإرسال والاستقبال إلى كثير من التشويش والضوضاء خاصة مع بعد المسافات. وقد أمكن التغلب على هذا التشويش أو التقليل منه عن طريق البث عبر الموجات القصير القصيرة Micrd Waves.

ثم أمكن فيما بعد الاتجاه إلى النظم الرقمي الثنائي Binary الذي يقوم بتحويل الاشتراك إلى رموز رقمية منفصلة تعبر عنها الومضة الكهربائية في حالة العمل بـ1 وفي حالة السكون بـ0 وهذا النظام الرقمي الثنائي (01) يمثل وحدة واحدة تدعى Bit، وكل Bite = 8Bit بايت وهي مقياس لعدد الوحدات التي يتم ترميزها ومعالجتها وتخزينها وإرسالها.

وقد حقق هذا النظام الرقمي مستوياتٍ عالية من الوضوح والدقة في البث والإرسال والاستقبال وفي هذا النظام أصبحت كل أجهزة الاستقبال والإرسال تتعامل مع هذا النظام الرقمي، ففي الكمبيوتر مثلاً يوجد بـ Modem: Modulator /Demodulator، فهو القطعة التي تقوم بتحويل وتعديل الإشارات التناظرية إلى إشارات رقمية والعكس، والتعامل معها في وحدة المعالجة المركزية في الكمبيوتر.

ويكمن أن نرصد مجموعة من المواصفات تتسم بها النظم الرقمية نذكر منها:

- سرعة معالجة البيانات ونقلها وتخزينها وإرسالها.
- قدرة الأنظمة الرقمية على ضغط البيانات (حتى الصور والفيديو) مما يساعد في نقلها وتخزينها.
- جودة ودقة الصورة والصوت المرسل والمستقبل مهما تعددت مرات النسخ أو النقل الأوعية أخرى.
- إمكانية الوصول إلى أي جزء من الملف دون الحاجة إلى المرور الخطي بما يسبقه.

2- تكنولوجيا التصغير وضغط البيانات:

ساعد استخدام تكنولوجيا التصغير سواء في الـ (Hard Ware) أو (Soft Ware) وهي السمة التي أصبحت غالبة على كل الأجهزة والبرامج (وحدات التخزين والمعالجة)، على زيادة كمية السعات لهذه الأجهزة فأصبحت الـ (CD) مثلاً تتسع لـ (10) آلاف صفحة مثلاً. (موقع google) يتسع مثلاً لـ 5 مليار صفحة مفهرسة على شبكة الإنترنت.

كما أمكن استيعاب ليس فقط الرموز الرقمية وإنما الصور الثابتة والمتحركة والفيديو والرموز الموسيقية والرسوم المتحركة، وقد ساعدت التكنولوجيا الرقمية أيضاً على ضغط البيانات لتقليل السعات الكبيرة للملفات دون أن يؤثر ذلك على معالم الصورة أو الصوت ومستوياته، وذلك من خلال تقنية معينة لضغط الرموز الرقمية وتقليل المساحات.

3- تكنولوجيا الأقمار الصناعية:

ساهمت الأقمار الصناعية، والذي أطلق أولها على يد السوفييت في عام 1957، (القمر الصناعي سبوتنيك)، في تطوير الاتصالات التلفزيونية والتلفونية، متجاوزة العديد من الصعوبات والعوائق الطبيعية في عملية الاتصال هذه، كما

ساهمت في تغطية مساحات واسعة من الكرة الأرضية بالوقائع والحداث بدقةٍ ووضوح. لكن ومع تطور النظم الرقمية والإفادة منها في تطوير الاتصال عبر الأقمار الصناعية، فقد أمكن الاستفادة منها في تطبيقات جديدة، وامتدت الآن لتربط الأقمار الصناعية بشبكة الإنترنت مما سهل نقل:

1) الخدمات الصوتية: (تلفون وإذاعة ومؤثرات صوتية).
2) خدمات مصورة (رسائل الفاكس والرسوم وصور الفيديو والصورة التلفزيونية وإلى واصل إلى التلفزيون عالي القدرة).
3) خدمات البيانات وتشمل (البريد الإلكترونية – الاتصال بقواعد البيانات استقبال البيانات عن بعد ونقل الرسائل والصفحات).

كل هذا مكن من تطور الاتصال والإعلام مثل الطباعة ونقل الصفحات من بعد، والراديو والتلفزيون الرقمي، وبذلك أصبحت جزءاً أساسياً من البنية للاتصال والإعلام.

4- تكنولوجيا الوسائل المتعددة:

وجاء هذا التطور نتيجة قدرة النظام الرقمي على المعالجة ونقل معالجة كل الرموز الاتصالية – الصوت – الصورة – البيانات، وبالتالي أدى إلى ظهور تكنولوجيا الوسائل المتعددة التي تستطيع معالجة وإدارة هذه الرموز بأسلوب متكامل. بحيث يحقق أهداف التعرض إلى هذه الرسائل.

وقد أمكن في هذه الوسائل تطوير نظام الفائق Hyper Text في عام 1963م وهو الذي قام على أساسه نظم العرض على الشبكة العنكبوتية www وهو يقوم على بناء روابط Links بين النقاط المختلفة Nodes والتي تشير في بنائها إلى روابط بين النصوص والرموز النصية التي تمكن المستخدم في التجوال لاستكمال المعلومات.

على هذا الأساس تطورت الوسائل الفائقة والتي تسمح للمستخدم التجوال بين روابط عناصر الوسائل المتعددة بالإضافة إلى روابط كل عنصر فيها معلومات أكثر حجماً وعمقاً تقدمها خرائط الوسائل المتعددة المترابطة. وبذلك أصبحت تكنولوجيا الوسائل المتعددة، وتكنولوجيا النصوص المتشبعة هي الشكل السائد، والوحيد لتقديم الرسائل الاتصالية وعرضها.

5- تطور تكنولوجيا الشبكات الاتصالية:

وباستكمال التطورات السابقة أمكن استكمال تطور تكنولوجيا شبكات الاتصال حيث تربط هذه الشبكات بين أطراف العملية الاتصالية كلها. وهي التكنولوجيا التي تضمن سرعة دقة الاتصال وخاصة مع استخدام تكنولوجيا الأقمار الصناعية. ومن أنواع شبكات الاتصال:

- الشبكة المحلية LAN (Local Area Net):

ويعتمد هذا النمط على ربط أجهزة الكمبيوتر في مكان محدد (مؤسسة أو هيئة) بواسطة الكابلات وهذه الأجهزة متصلة بـ Server (حاسب خادم)، يقوم بتزويد كافة مستخدمي هذه الأجهزة بكافة المعلومات والبيانات وهذا النوع من الشبكات في الغالب يكون ذو ملكية خاصة.

- الشبكة الواسعة: WAN (Wide Area Net):

ومنها:

إنترنت (internet):

وهي شبكة خاصة بمؤسسة أو منظمة يتم الاتصال بين أعضائها، وتعتمد على شبكة الإنترنت وتمكن المستخدمين من المشاركة، وتبادل الوثائق والمعلومات داخل المؤسسة، وهي شبكة ذات ملكية عامة تقدم خدماتها مع ثلاثة أطراف: شبكة العامة وشبكة الهاتف والأقمار الصناعية. وغالباً ما تحتمي هذه الشبكات بحائط صد

(برامج حماية) Firewall، ولكن تمنع مستخدمي الإنترنت من الدخول إلى هذه الشبكة واستخدامها، ولكي تؤمن السرية والخصوصية لمستخدمي هذه الشبكة.

اكسترانت (Extranet):

وتختلف عن الشبكة الإنترنت في اهتمام الأخيرة باتصال المنظمة والمؤسسة مع المتعاملين معها في الخارج، وهي أقصر عمراً وترتبط في الغالب بهدف أو مشروع محدد.

- شبكة الإنترنت: Internet في عام 1969 تم نشر شبكة ARPANET، هدفها ربط المواقع الحكومية والعسكرية بشبكة الاتصال لتفادي الهجوم النووي السوفيتي، وهي شبكة الشبكات، الشبكة العنكبوتية (World Wide Web)، والتي تقوم بنقل البيانات وبتدعيم الاتصال بين الشبكات.

6- تطور بروتوكولات الضبط المعالجة وتصميم البرامج:

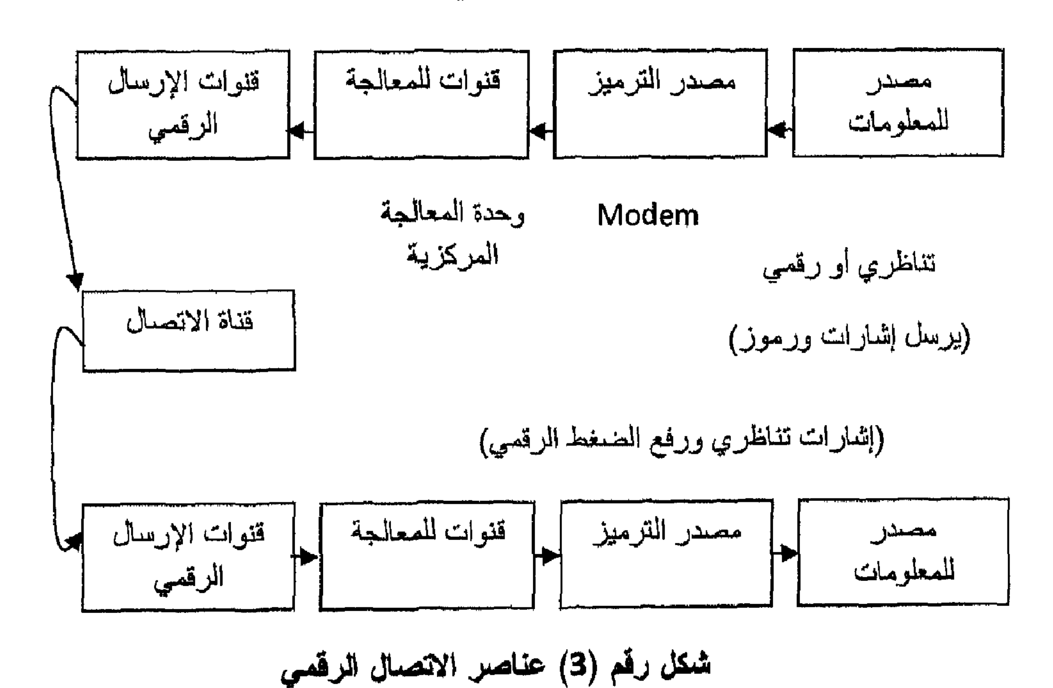
بفضل بروتوكولات استخدام الشبكات أمكن تنظيم وتسهيل الاتصال بين المستخدمين من كافة أنحاء العالم وهذه البروتوكولات هي معايير موحدة للاستخدام الذي يؤدي إلى كفاءة أعلى وسرعة في الاتصال والتفاهيم بين المستخدمين، مثل بروتوكولات تبادل الملفات FTP: وبروتوكول الاستخدام مع الإنترنت. كما تطورت لغات البرمجة ونظم تصميم البرامج والصفحات على الكمبيوتر والشبكات لتصبح أكثر سهولة في الاستخدام وتبادل البيانات. وقد أدى التطور في البرمجة إلى تصميم برامج لكافة استخدامات الكمبيوتر والشبكات (مايكروسوفت) وتحقيق أهدافها الاتصالية، وأقربها إلى الاستخدام البرامج التي أنتجتها شركة مايكروسوفت WINDOWS لتنظيم أدوات الاتصال كالمحادثة والبريد الإلكتروني والحوار والمؤتمرات.

7- تطور أدوات البحث في قواعد البيانات:

مع تزايد أعداد الصفحات على شبكة الإنترنت (أكثر من 8 مليارات صفحة)، وتعدد قواعد البيانات التي تؤدي إلى وجودكم هائلٍ من المعلومات في مختلف المجالات والاهتمامات. كل ذلك أدى إلى تطور طرق البحث للوصول بسرعة ودقة لهذه المعلومات، وإلى ظهور محركات البحث وهي التي تنظيم التجول داخل قواعد البيانات بمستويات متدرجة تسمح بالمرونة على مختلف المعلومات وصولاً إلى المعلومات المطلوبة. ومن أمثلة هذه المحركات Google – Yahoo – Lycos.

عناصر نموذج الاتصال على شبكة الإنترنت داخل جهاز الكمبيوتر:

يتضمن الاتصال الرقمي مجموعة من العناصر، تضمن الدقة والوضوح باعتبارها المدخل الأساسي لاستقبال الرسالة الاتصالية وتفسير رموزها، والشكل التالي يوضح مجموعة هذه العناصر، التي تتكون من قنوات الترميز، وقنوات المعالجة، وقنوات الإرسال والاستقبال الرقمي:



شكل رقم (3) عناصر الاتصال الرقمي

وتتشابه عناصر هذا النموذج مع عناصر نموذج الاتصال التقليدي، ولكن يضاف إليه هنا، قنوات المعالجة والترميز، وهي العناصر التي تميز الاتصال الرقمي وتفرض رقمته فترات الاتصال الداخلة هذا النموذج، وقد أثرت هذه العناصر على معالج هذا الاتصال، من حيث أسباب الاستخدام والأهداف المتوخاة منها، والتي حددها الباحثون بـ:

1) إرسال الرسائل واستقبالها وتخزينها.
2) إدارة الجلسات التفاعلية.
3) نسخ الملفات.
4) الوصول على الملفات من بعد.
5) الطباعة من بعد.
6) إدارة الشبكات.

وغيرها من الأهداف التي أصبحت النظم الرقمية تحققها.

كما أورد الباحثون أيضاً في أسباب الاتصال الرقمي، ما يلي:

1- الحوار الإنساني.
2- الحوار مع الحاسب.
3- تبادل البرامج.
4- البريد الالكتروني.
5- الاتصال الالكتروني.
6- دعم العلميات الصوتية وعمليات الصور المتحركة (الفيديو).
7- تبادل الملفات والوثائق.

الفصل التاسع

الأقمار الصناعية
(نشأتها وتطورها)

الفصل التاسع

الأقمار الصناعية (نشأتها وتطورها)

إذا كان اكتشاف الطاقة البخارية إيذانا بالثورة الصناعية، فإن اكتشاف الأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية هو القوة الدافعة للإنتقال لمرحلة ما بعد الثورة الصناعية التي تتم بظهور المجتمعات المتطورة المبنية علي أساس التكنولوجيا والتطور.

بشكل عام، تصنيف الاتصالات إلى نوعين رئيسين هما:

أولاً: الاتصالات الأرضية، سواء كانت سلكية أو لاسلكية، مايكروويف، كيبلات،....الخ.

ثانياً: الاتصالات الفضائية التي تتم عن طريق الأقمار الصناعية.

يعرف القمر الصناعي بأنه: مركبة فضائية تدور حول الكرة الأرضية، لها أجهزة لنقل إشارات الراديو والبرق والهاتف والتليفزيون، وترسل محطات على سطح الأرض (المحطات الأرضية) الإشارات إلى القمر الصناعي الذي يبث الإشارات بعد ذلك إلى محطات أرضية أخرى، **ويعرف أيضاً بأنه:** محطة صغير في جسم متحرك وعائم في الفضاء، تعمل على الموجات متناهية الصغر، وتقوم المحطة باستقبال وإعادة إرسال الموجات الدقيقة التي تحمل الرسائل والمعلومات من وإلى الأرض عبر المحطاتت الأرضية الموزعة في مناطق المشتركين. ويتم استقبال وإرسال الموجات عن طريق هوائيات مثبتة على سطح القمر الصناعي العلوي والمواجه لسطح الأرض.

ولقد عرف الخبراء القمر الصناعي satellite بأنه:

"جسم دوار ينطلق من قاعدة على الأرض في مدار معين حول الأرض ويستمر في الدوران بحكم الجاذبية الأرضية وفقا لقوانين الفضاء وبنفس السرعة

التي انطلق بها ما لم يتدخل عامل خارجي – وغالبا ما يكون مزودا بمحطة إستقبال وارسال وعدد من الأجهزة الأخري كأجهزة التسجيل"[1].

تاريخياً، بدأت عمليات تطوير الأقمار الفضائية أو الصناعية في الخمسينات من القرن العشرين استجابة لتزايد الطلب على اتصالات أفضل من ذلك النظم الأرضية التقليدية. وقد نتجت هذه الطلبات بسبب التطورات والتوسع السريع في الاتصالات الهاتفية وزيادة محطات الإذاعة والتليفزيون. وقد أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية عام 1960م قمر (الصدى)، وهو بالون معدني كان يعكس الإشارات. ثم تحقق حلم نقل برامج التلفزيون بين القارات في عام 1962م عندما قامت الإدارة الوطنية للطيران والفضاء الأمريكي NASA بإطلاق القمر الصناعي تلستار" "telstar وكان الإطلاق هذا القمر دور هام في مجال الإتصال والإعلام الدولي.

وفي عام 1963م أطلق قمر (سنكوم 2)، وهو أول قمر يوضع في مدار تزامني بالنسبة للأرض. ويعد (إنتلسات1) أول قمر عالمي لغرض الاتصالات، وكانت الولايات المتحدة قد أطلقته ثم وضعته فوق المحيط الأطلسي عام 1965م لنقل الإشارات الهاتفية والتليفزيونية بين أمريكا الشمالية وأوروبا. وشهدت سنوات الستينات والسبعينات من القرن العشرين منافسة وسباقا بين كل الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي في مجال اطلاق الاقمار الصناعيه وفي اول الثمانيات من القرن العشرين كان هناك حوالي 220 قمرا صناعيا يدور في الفضاء لشتي الأغراض الغير عسكرية كما أصبحت أقمار الاتصالات الفضائية جزءاً أساسياً من الاتصالات العالمية، إذ تطورت أقمار كبيرة وتحسنت النظم الكهربائية، وصمم المهندسون

---

[1] عبد الله محمد زلطة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، (القاهرة: دار الفكر العربي، سنة 2002م) ص203.

محطات أرضية أصغر ذات هوائيات يمكن وضعها فوق أسطح البنايات لاستقبال البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.

وبشكل عام يتكون القمر الصناعي مما يلي:

- أجهزة الاستلام والإرسال.
- أجهزة التكبير والتضخيم.
- البطاريات.
- جهاز تتبع الأرض.
- محرك الاشتعال.
- الهوائيات.
- الخلايا الشمسية للطاقة.
- جهاز تتبع الشمس.
- محركات صاروخية جانبية.
- خزانات الوقود.

وهناك نوعان من الأقمار الصناعية:

النوع الأول: يسمى خامل (Impassive): وفيه يكون دور المحطات الأرضية كبيراً في نقل واستقبال الإشارات والرسائل والمعلومات، ولا يستطيع القمر الصناعي الخامل تكبير أو تضخم المعلومات المستلمة.

والنوع الثاني: وهو النشيط الذي يتمكن من تكبير الإشارات أثناء نقلها من المحطات الأرضية وبعد استلامها، ومن ثم إرسالها إلى أي مكان في العالم.

وتكون المحطات الأرضية في حالة القمر النشيط أصغر وأقل كلفة منها في حالة القمر الخامل.

وتطلق الأقمار الصناعية إلى الفضاء الخارجي وتثبت في مدارها على بعد حوالي 36 ألف كم ويبدو القمر ثابتاً في مداره، لأنه يدور بنفس سرعة دوران

الارض حول نفسها، ويعتمد القمر الصناعي على الطاقة الشمسية للتزود بالطاقة، عن طريق الخلايا الشمسية المثبة في سطح القمر الخارجي المواجه لضوء الشمس. وتقوم الخلايا الشمسية بشحن بطاريات داخلية تمد القمر الصناعي بطاقته المستمرة حتى عندما تعزل الأرض ضوء الشمس وتحجبه عن القمر الصناعي. وقد يصل عند الخلايا الشمسية أكثر من 45 ألف خلية كما هو الحال في القمر الصناعي إنتاسان5.

وتقدم الأقمار الصناعية خدماتها لكونها محطات تحويل فضائية لبث إشارات ترسل بواسطة المحطات الأرضية والتي تعمل أيضاً على ربط شبكات الاتصالات الأرضية من خلال شكات الهاتف، وقد أخذت الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية تلعب دوراً هاماً في مجال نقل الرسائل والمعلومات بفضل فعاليتها وعدم تأثيرها بالظروف المحيطة.

ويمكن القول أن للاتصالات عبر الأقمار الصناعية فائدتين هامتين هما:

أولاً: إمكانية البث المتوافق، بحيث تستطيع كل محطة في الشبكة أن ترتبط مع كل المحطات الأخرى في نفس الوقت.

ثانياً: إمكانية الوصول إلى إماكن بعيدة ودعمها اللامركزية في أساليب جمع وتوزيع الرسائل والمعلومات.

وقد فتحت الأقمار الصناعية الباب على خدمات جديدة من بينها توفير نوع من الاتصالات بين الإنسان والآلة، وبين الآلة والأخرى كما يحدث في عملية الاتصال بين الحواسيب. وتستخدم الأقمار الصناعية للعديد من الوظائف والأنشطة والخدمات مثل: نقل الصوت والصورة والبيانات والوثائق والمؤتمرات البعدية والأرصاد الجوية، والاستعمار عن بعد، والبث التليفزيوني والخدمات الهاتفية وغيرها.

وتسمح الأقمار الصناعية للمحادثات التلفونية ورسائل التلكس وبرامج الإذاعة والتليفزيون أن تنتقل من بلد إلى آخر وحتى عبر المحطاتا، وتستطيع أيضاً التعامل مع كمية ضخمة من البيانات وأن تنقلها بين الحواسيب، وتستطيع تداول 30 ألف مكالمة هاتفية في وقت واحد، والوصول إلى جميع كبير من الناس في وقت واحد.

ويمكن تحديد مجالات استخدام الأقمار الصناعية فيما يلي:

1) الاتصالات الهاتفية، وتمتاز الاتصالات الهاتفية عبر الأقمار الصناعية بأنها.
   - مباشرة.
   - قليلة التكلفة مقارنة مع الوسائل الأخرى.
   - خالية من التشويش والاضطراب الذي يحدث في الاتصالات الأرضية.
2) النقل التليفزيوني المباشر للبرامج المختلفة (سياسية، رياضية، علمية،......الخ).
3) خدمات تجارية للطائرات والملاحة الجوية والبحرية والأرصاد الجوية وغيرها.
4) نقل المعلومات والخدمات الأخرى بين الدول.
5) التنقيب عن الثروات الطبيعية كالنفط والمعادن وغيرها سواء تحت سطح الأرض أو في أعماق المحيطات.
6) الأغراض العسكرية مثل رصد التحركات العسكرية والتجسس.

وتعد الأقمار الصناعية وسيلة اصتال فضائية متقدمة تتميز عن غيرها من وسائل الاتصال (السلكية واللاسلكية) بالمميزات التالية:

- قدرتها على نقل المعلومات وتوفير الترابط على المستوى العالمي بكفاءة عالية.

- ملائمة ومثالية لتناقل وتناول جميع أشكال الربط الشبكات القياسية التشابهية والرقمية.
- توفر الوصول المتزامن (في نفس الوقت) من وإلى العديد من النقاط الموزعة في دول العالم.
- إمكانية بناء شبكات إقليمية للاتصالات والمعلومات أو توسيعها أو إعادة بناء هيكل سواء كانت هذه الشبكات واسعة أو محددة.
- قادرة على تسهيل وتوفير الوصول إلى شبكات الاتصال القريبة من المستفيدين وتقليص تكاليف ونفقات الاتصال.
- الاتصال عبر الأقمار الصناعية يؤمن نقل المعلومات بأشكالها المختلفة مثل: النصوص، الأرقام، الرسومات والأشكال، والأصوات، الموسيقى، الصور، وغير ذلك من الأوعية والوسائط.
- كمية وحجم المعلومات المنقولة في الثانية الواحدة عن طريق الأقمار الصناعية أكبر بكثير من أية وسيلة من وسائل الاتصال المستخدمة حالياً.

بالنسبة للقمر الصناعي العربي، فقد قامت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات ARABSAT) باتخاذ الإجراءات الهندسية والإدارية لتنفيذ مشروع القمر الصناعي العربي للاستفادة من التقدم التكنولوجي للأقمار الصناعية وخاصة المساندة للإعلام العربي، وقد كان أحد أهداف القمر الصناعي العربي الأول الذي أطلق يوم 8 فبراير 1985م ربط المؤسسات التعليمية والعلمية ومراكز البحوث والتوثيق والمكتبات بوسيلة اتصال سريعة تتيح إمكانية التشاور العلمي والمشاركة في المصادر المتوافر لدى كل جهة. هذا إلى جانب ربط البلاد العربية بشبكة إذاعية وتلفزيونية موحدة وشبكة اتصالات هاتفية ولاسلكية بالعالم الخارجي بهدف إقامة مزيد من فرص التبادل الثقافي والعلمي والبرامجي ونقل المعلومات والتكنولوجيا الحديثة.

الفصل العاشر

صحافة الشبكات

الفصل العاشر

صحافة الشبكات

تعتبر خدمة الفيديوتكس والتيلتكست البوادر الأولى لظهور صحافة الشبكات، أو الصحافة الإلكترونية... والفيديوتكس إحدى منتجات تكنولوجيا المعلومات التي ظهرت في عقد الثمانينات.. وهي عبارة عن وسيلة تفاعلية لتسهيل استرجاع المعلومات في مجالات كثيرة... منها إدارة الأعمال، وخدمات البنوك، وصناعة النشر.وتحول هذه الخدمة جهاز التلفزيون إلى استقبال من خلال الربح بحاسبٍ مركزي، إما عن طريق خطوط الهاتف، أو عن طريق الكابلات، كما يحصل في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك للحصول على معلومات عامة أو متخصصة، وهي بذلك وسيلة تفاعلية يستخدم فيها بالإضافة إلى شاشة التلفزيون، مجموعة مفاتيح تشبه الآلة الكاتبة Keypad يتحاور فيها المستخدم مع مصدر المعلومات، وهذه الخدمات والتي عدت في وقتها تطوير لفكرة الهاتف المرئي، مرتفعة التكلفة، لذلك فهي تقتصر على خدمة رجال الأعمال في الغالب، وقد قدمت الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية أعدادها عبر هذه الخدمة.

أما خدمة التليتتكست فهي وسيلة أحادية الاتجاه... لكنها أكثر شيوعاً، وقد ظهرت هذه الخدمات في 1974، ويعتقد هذا النظام على استخدام قناة تلفزيونية غير مستخدمة لبث البيانات إلى أجهزة الاستقبال، ويتيح تقديم مئات من الصفحات بشكل متكرر... مما يضطر المستخدم إلى الانتظار عدة ثوان حتى تعود المعلومات أو الصفحة..لذلك فالصفحات المعروضة قليلة وغير تفصيلية، وتوصف هذه الخدمة أحياناً بأنها خدمة المجلة الالكترونية.

غير أن هذه النظم لم يكتب لها النجاح أو الاستمرار، فقد استخدمت المؤسسات الإخبارية هذه الأنظمة بهدف تقديم الأخبار قبل الوسائل الأخرى دون

الاهتمام بتطويرها بما يتفق وحاجات المستخدمين الذي تجاوزت الحاجات الإخبارية فقط.

ولكن مع ظهور شكة الإنترنت بخصائصها وانتشار واستخدامها، بدأت تفرض نفسها على العملية الصحفية ومنتجاتها بطريقتين[1]:

1) الاستخدام في غرف الأخبار ومكاتب المحررين للمساعدة في أداة العمليات التحريرية أو في استقاء المعلومات من مصادر متعددة والتحقق منها وتدقيقها وتوظيفها وتخزينها في الأوعية الالكترونية التي تمثل أرشيف المحرر.
2) ظهور صحافة الشبكات باعتبارها أحد الوسائل الرقمية الجديدة والتي استفادت من خصائص الإنترنت في التحرير والتخزين والتوصيل إلى الجمهور المستهدف، بما في ذلك وجود التفاعلية والوسائل المتعددة والنص الفائق (المتشعب).

ورغم ظهور الإنترنت منذ ما يزيد عن ثلاثين عاماً إلا أنها لم تجد إقبالاً من ناشري الصحف كوسيلة للنشر الإلكتروني حتى أوائل التسعينات حيث نشرت صحفية شيكاغو تريبيون طبعتها عن شبكة الإنترنت عام 1992 وظهرت (إلكترونيك تليجراف) النسخة الإلكترونية من صحفية ديلي تليجراف في عام 1994. كما ظهرت صحفية (التايمز) على شبكة الإنترنت أيضاً في عام 1994 وكانت نفس النسخة الورقية.... لكن الموقع الإلكتروني لصحيفتي (التايمز) و(الصندي تايمز) ظهر في أول يناير (كانون الثاني) عام 1996.

وقد أثير النقاش حول فكرة أن تكون الصحافة الإلكترونية بديلاً عن الصحافة المطبوعة، خاصة بعدما نجحت القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة القطرية مثلاً)،

---

[1] د. ندى الساعي، وسائل الإعلام الإلكتروني"، محاضرات في كلية الإعلام، جامعة دمشق، 2012-2013.

والأجنبية (CNN) في تجاوز الصحافة المطبوعة وجذب قراءها، وتخطيها لمعوقات الورق، وارتفاع أسعاره، ومحدودية آنيتها.

وقد شكلت الصحافة الإلكترونية بالفعل تحدياً للصحافة المطبوعة، وقد تمثل هذا التحدي في:

- استخدام الصحافة الإلكترونية للوسائل المتعددة Multimedeia.
- إمكانية التحديث، إذ تقتصر طبعات الجريدة الواحدة يومياً بين واحدة إلى خمس طبعات على الأكثر. بينما التحديث يتم في الصحافة الإلكترونية لحظة وقوع الحدث.
- إمكانية التفاعل مع القارئ.
- إمكانية تطوير واستغلال الإعلانات، وإمكانية الوصول إلى التجارة الإلكترونية.
- إمكانية الإطلاع على الأرشيف الإلكتروني للأعداد السابقة.

وبالتالي فإن الصحيفة الالكترونية (أو صحافة الشبكات) تتميز بأنها:

- حرة من قيود المساحة بما يسمح بمزيد من التغطية الإخبارية والمعلوماتية.
- إمكانية البحث في أرشيف هذه الصحافة عن المعلومات ذات الصلة بالموضوع والتي يمكن أن تمد القارئ بخلفية عن الأحداث.
- توفير عناوين البريد الإلكتروني للمحررين والصحفيين.
- الربط بمصادر معلومات أخرى مثل الخطب الصوتية، مؤتمرات صحفية، بث الأحداث، بينما تتصف النسخ الإلكترونية للصحف الورقية بـ:
- النسخة الإلكترونية هي نفس الصحفية التي تم طباعتها سلفاً، ثم تم نقل صور الصفحات إلى مواقع الصحفية على الشبكة، بعد إجراء بعض التعديلات الإخراجية وخاصة في الصحافة الرئيسية.

- النسخة الإلكترونية لا تحمل خصائص أو سمات في التحرير والإخراج والعرض تتفق وخصائص استخدام الحاسب والشبكات الرقمية باستثناء استخدام النوافذ.
- لا تزيد النسخ الإلكترونية عن كونها منفذاً جديداً للتوزيع، أو وسيلة للإعلان عنها.

تعريف صحافة الشبكات:

هي العمليات الصحفية التي تتم على مواقف محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، وبما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وبما يحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع.

ويحمل التعريف السابق العناصر التالية بما يجعلها تختلف عن المواقع الأخرى التي تحمل نفس الخصائص وتستخدم نفس الأدوات التفاعلية:

1) إنها عملية توفير لها ناشر – فرد أو مؤسسة – يستهدف الوصول بالمحتوى إلى كل مستخدمي شبكة الإنترنت لتحقيق وظائف اتصالية معينة.
2) إن هذه العملية تتم منذ بداية (الفكرة – التطوير – النشر – التوصل) على مواقع محددة العنوان على الشبكة.
3) يمكن أن يشارك في هذه العملية الوسائل المتعددة، مثل الصوت، صور، الفيديو، لقطات أفلام....... وغيرها من الوسائل في كافة مراحل الإنتاج والتطوير والنشر والتوصيل.

4) الاستفادة من خصائص النظم الرقمية في تصميم البرامج والمواقع بالتركيز على خصائص المتلقي وحاجاته بحيث يصبح الموقع كما لو كان مخصصاً للمتلقي بذاته تكون له الحرية في توجيه اختياراته وفق هذه الخصائص والحاجات.
5) الاستفادة من أدوات الاتصال والتفاعل المتاحة على الشبكة حتى يتحقق الاتصال الثنائي أو المتعدد الاتجاهات.
6) اكتساب خصائص الشبكة ووظائفها التي أتاحتها النظم الرقمية.
7) وجود وظائف وأهداف معينة تستهدف هذه المواقع تحقيقها.

خصائص صحافة الشبكات:

تتسم صحافة الشبكات بمجموعة من الخصائص، أهمها:

1) التفاعلية مع القراءة والمستخدمين، فلهم حرية التجول بين الصفحات والعناوين، والموضوعات بالإضافة إلى إمكانية حصول التغذية الراجعة، ويظهر هذا جلياً في استطلاعات الرأي الفورية حول الموضوعات أو القضايا المثار عبر الصفحات، بالإضافة إلى النشر الفوري للآراء والأفكار الخاصة بالمستخدمين.
2) استخدام النص الفائق والوسائل المتعددة في إنتاج المواد التحريرية حيث يصل القارئ إلى موضوعات ذات علاقة بالموضوعات المطروحة عبر روابط أو وصلات بحيث تعطي للقارئ خلفية أو تفسيراً أو شرحاً للإحداث أو الأماكن أو الشخصيات، كما يمكن لصحافة الشبكات أن تقدم بجانب ذلك صور الفيديو والرسوم المتحركة والموسيقى والمؤثرات الصوتية أو جزءاً من شريط الفيديو بالصوت والصور للأحداث أو الواقع المنشورة.
3) الآنية والتحديث المستمر حيث تتفق صحافة الشبكات مع الصحافة التلفزيونية في أن الخبر لم يعد تسجيلاً للأحداث بل هو الحدث نفسه نظراً لتطور تقنيات التسجيل والبث المباشر.

ولكن متابعة التجديد والتحديث في الأخبار يستدعي ارتباط القارئ أو المستخدم بموقع صحفية الشبكة بحيث يعود إليها بين وقت وأخر ولمرات عديدة في اليوم، لذلك تسعى بعض المواقع إلى إطلاق خدمات تقوم بتجميع آخر الأخبار من الموقع المفضل للمستخدم في شكل عنوان مع ملخص وروابط للموضوع وإرساله إلى المستخدم (كما في خدمة الـ Really Simple Syndications Rss).

4) توفير قاعدة بيانات أو معلومات Data Base من الموضوعات المنشورة من هذه الصحف في تواريخ سابقة (يقابلها الأرشيف الصحفي)، يتم تصنيفها وتبويبها وعرضها من خلال محركات البحث الخاص بالصحفية، وتحمل هذه القاعدة معلومات إضافية مثل خدمة البحث التفصيلي أو البحث المتقدم التي تقدمها الكثير من المواقع.

5) تخضع إدارة هذه المواقع واستخدامها وتصميمها وإنتاجها وأساليب الإتاحة لنفس الأسس الموجودة في مجموعة البرتوكولات الخاصة بالإنترنت، وتعمل ضمن الشبكات في إطار هذه البرتوكولات وتعتبر إطاراً عاماً للكتابة والتحرير والإخراج واستخدام نظم عرض النصوص والوسائل المتعددة وأساليب التخزين والإتاحة والتجول.

6) يوجد أسلوب خاص للتعرف على الصفحات الداخلية واستدعائها، وذلك من خلال وجود صفحة خاصة في البداية تمثل (واجهة والتفاعل User Inter Face)، أو الصفحة الرئيسية أو Home Page والتي تقترب من فهرس المحتويات والتي تقوم بتعريف القارئ بكل الصفحات الداخلية، وتشمل رأس الصفحة الأولى في الصحف المطبوعة، وأهم الأخبار أو الموضوعات، ثم تنظيم عرض الإشارات الخاصة بالصفحات والموضوعات الداخلية، وقوائم الاختيارات الأخرى، وصناديق الاستفتاء على الموضوعات، مع نوافذ الوسائل المتعددة التي يمكن استخدامها مثل الفيديو واللقاءات الصوتية، أو البرامج المصورة ومشاركات القراء بالصوت والصور والكتابة......، ويستخدم في

تصميم واجهة التفاعل الوسائل المتعددة من نص وصوت وصورة بالإضافة للرسوم والإعلانات التي تعرض من خلال الظهور والاختفاء والمسح والحركة.

أشكال صحافة الشبكات ومستوياتها:

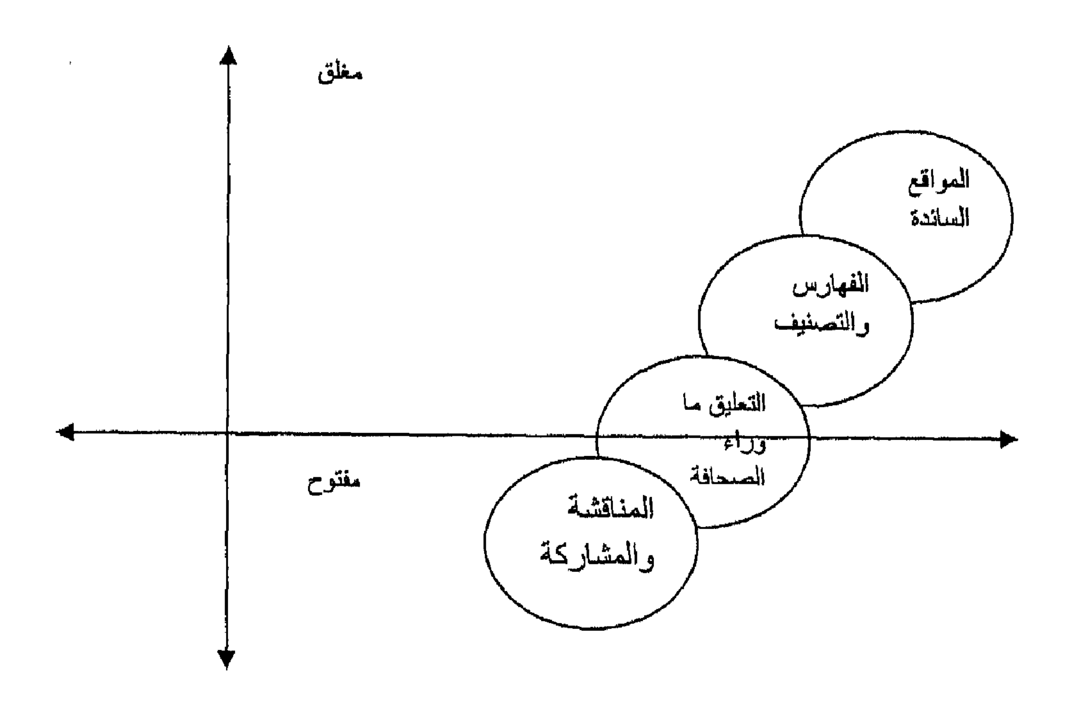
تتوزع صحافة الشبكات عب رابعة أشكال رئيسية تتفاوت فيما بينها في مستويات وجود أو غياب الخصائص التكنولوجيا لصحافة الشبكات وهي:

1- الروابط النصية.
2- التشعب أو التفاعلية.
3- توظيف الوسائل المتعددة.

ويمكن تقسيم هذه الأشكال إلى:

1) **المواقع الإخبارية السائدة**، وهي المواقع التي تقدم مختارات من نفس المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم.
2) **مواقع الفهارس والتصنيف**، وهذه المواقع ترتبط بأي من محركات البحث المعروفة وعي تسمح للمحررين والصحفيين بالتعميق أكثر يدعم من روابط الأدوات والمحركات مع المواقع الإخبارية، وهذه المواقع تعتبر مجال للنقاش وتبادل الأخبار أكثر منه تقديم الأخبار.
3) مواقع، **التعليق على الأخبار وآراء وسائل الإعلام**، وفي هذه المواقع يتم مناقشة ما يتم نشره على مواقع الإنترنت المختلفة.
4) **مواقع المناقشة والمشاركة**، وهذه المواقع تعتبر مدونات جماعية تقدم مساحات شخصية لعدد من الأفراد لتقديم خبراتهم عبر الإنترنت.

والشكل التالي يقدم النماذج الأربعة وفق أيضاً تصنيف الفتح (التي تسمح بالمشاركة أو الإغلاق) (التي تسمح بمشاركة محدودة):



شكل رقم (1)
أشكال صحافة الشبكات ومستوياتها

وقد اعتمد الباحثون في بناء هذه الصحافة على استراتيجيات محددة:

أ- **التحرير التفسيري أو الشارح**، وهذه الإستراتيجية تقول بأن الصحفيين ليسوا المصدر الوحيد للإعلام ولذلك يتطلب منهم إضافة التفسيرات والتعليقات الإخبارية والتحليلات بما يتيح الوصول للمعلومات الأدق والأعلى.

ب- **صحافة الصدر المفتوح**، وهذه الإستراتيجية تتيح لبعض المبدعين في بعض المجتمعات تقديم المعلومات والتعليقات حول بعض المعلومات وإعادة تعديل هذه المعلومات وإعادة نشرها بعد التعديل من قبل الموقع، وبذلك يطلق على هذا النوع من الاستراتجيات " فحص الحقائق".

ت- **التوجه الفائق**، وهو اتجاه يعمل على دمج النص الفائق والوسائل المتعددة والمتشبعة في تصميم واحد أو نموذج واحد للنشر.

التوصيات الخاصة بالكتابة والتحرير في صحافة الشبكات:

1) لم تختلف الأسس الخاصة بالكتابة والتحرير في صحافة الشبكات عن الكتابة للمطبوعات فيجب أن يستعين المحرر بكافة الأساليب والوسائل لجذب انتباه المستخدم إلى جوهر الفكرة، وضوح السياق الذي يؤكد معنى المعلومة ودلالتها، وسهولة إدراكها.

2) أن يوضع في الاعتبار استخدام الوسائل المتعددة للعرض والتقديم.

3) مستخدم صحافة الشبكات يضع لنفسه طقوساً خاصة للاستخدام تعتمد على التجول الحر والاختيار من بين الوسائل أو بين محتواها (النصي أو المسموع أو المرئي)، لذلك فإن توظيف الوسائل المتعددة يجب أن يرتبط بالوقت المتاح للقرار الخاص بالاختيار ثم احتمال التجول، كما يرتبط بطقوس الاستخدام والتعرض وعلاقتها بتأثيرات الاستغراق.

4) توظيف الروابط والوصلات بين الأجزاء الإتاحة الحرية للمتلقي في الاختيار والتجول والسيطرة على الوقت وظروف التعرض.

5) أن تتصدر الصحفية واجهة التفاعل Home Page التي تنظم عملية التجول والاختيار الحر بين الموضوعات. ١

6) ألا تحمل واجهة التفاعل Home Page أكثر من العناوين الدلالة أو المعبرة مع الاهتمام بالصورة في العرض والتقديم.

ولا يمكننا أن نجزم بوجود أشكال أو قوالب صحفية خاصة بصحافة الشبكات ولكن يمكننا ملاحظة ما يلي في عملية تحرير أو كتابة الأخبار في صحافة الشبكات:

1- الاختلاف في الكتابة للصحافة المطبوعة أو الشبكات تعود لاختلاف الوسيلة في صحافة الشبكات، وعند استخدام الوسائل المتعددة فإن الاهتمام بالصورة ثم الانتقال إلى النقص المكتوب يكون تأثيره أقوى، فتقل الحدث أو صورته الطبيعية يوفر الكلمات والجمل.

2- التركيز على الملخصات أو الموجز في العرض الأولى للأخبار مع إعطاء مساحة كافية للوصلات التي تسمح للمستخدم حرية التجول والاختيار.

3- تقسيم النص إلى مقاطع أو أجزاء ترتبط بوصلات يختار منها المستخدم ما يشاء.

4- تجنب الكتابة الخطية (المتسلسلة) حيث يمكن المستخدم في الكتابة غير الخطية اختبار الوصلات والروابط ليكشف بنفسه العلاقات بين الأجزاء وفي حالة الرد الطويل لنص ما نفضل تجزئة النص إلى أجزاء غير مطولة تربط بينها أدوات الربط مع ترك النهايات مفتوحة لتوفير حرية للقارئ في المتابعة أ و الاكتفاء بالأجزاء أو الأقسام التي قراها.

5- أن تكتب للمستخدم وكأنه أمامك مع مراعاة توفير هذه العلاقة في أدوات التفاعل.

6- أن تضع بالاعتبار تعدد الاهتمامات والميول عند كتابة القصة.

7- ما زال الهرم المقلوب هو الأسلوب الأمثل المستخدم في سرد الأحداث فالمهم في الأعلى وبعض المواقع تضع العنوان مع مقدمه الخبر في الصفحة الرئيسية ويتيح أدوات الانتقال إلى باقي القصة في الصفحات التالية.

8- تدعيم التفاعلية بطرح الأسئلة واستثارة المتلقي للإجابة عليها.

9- تحفيز المتلقي للتفاعل مع المحرر من خلال طلب التعليقات والتصويت على الموضوعات.

10- التحديث الفوري للأخبار والقصص السابق نشرها:

وبصفة عامة فإن علاقة المحرر بالمتلقي تقوم على مبدأين:

1. تخفيض الجهد المبذول في التجول والاختيار والتعرض وهذا يستدعي البساطة في الكتابة والاختصار والمباشرة في الطرح ودعم الدافعية إلى التجول السهل والحر من تجنب كل ما يعكس وجهة نظر الكاتب أو المحرر حيث تسمح الوصلات بنقل وجهات النظر المختلفة.

2. الكتابة التفاعلية بما يحقق حرية التجول والاختيار والمشاركة بالتعليق من خلال مهارة كتابة العناوين الرئيسية والفرعية وتحقيق الترابط بينها، مع مراعاة عدم التجزئة في الصفحة الواحدة، واستخدام أكثر من أسلوب للكتابة في المقاطع أو الأجزاء.

ويشير بعض الباحثين إلى استخدام نفس نمط الكتابة للتلفزيون، حيث تستخدم الفقرات القصيرة، والعناوين الفرعية وقوائم التوجيه، وأهمية استخدام علاقات الاقتباس لأن المتلقين يحبون ما يقوله الآخرين.

غير أن بعض الباحثين يوجهون الانتقادات إلى صحافة الشبكات ويذكرون:

1) قراءة الصحفية الالكترونية صعبة ومتعبة وتستغرق وقتاً طويلاً.
2) الملائمة والحرية البصرية والشعور بالأولويات كخبرة شخصية لم يعد موجوداً.
3) إن استخدام النص الفائق يؤدي أحياناً إلى تضليل القارئ، فهو يقوم بقفزات عديدة وبعيدو عن النص الأصلي الذي بدأ بقراءته وقد لا يستطيع أن يجد طريق العودة.
4) إن الثراء أو المبالغة السمع بصرية أحياناً قد لا تجنب القارئ.

مستقبل الصحف الورقية:

تتنبأ العديد من الباحثين بأن الصحافة الالكترونية لن تلغي الصحافة الورقية لأن:

- الصحفية وثيقة ثقافية وتاريخية إنها نافذة حقيقية على التاريخ وخبرة بالزمن.
- الكمبيوتر ليس إلا لمساعدة الناس للبحث عن أشياء معينة.
- الصحفية أسهل في الحمل والقراءة، والوصلات قد يصعب الوصول إليها، أو أن تكون عرضه للأخطاء الالكترونية التي قد تعتري الرسائل المستقبلة علاوة عن التحميل البطئ للموضوعات.
- لا يزال العديد من الأفراد يحبون الإحساس بالجرائد الورقية التي يحملونها.

ويطرح موضوع تأثير وسيلة اتصالية جديدة على الوسائل القائمة عقب ظهور الوسيلة وانبهار الجمهور وإقباله عليها، **ويرى الباحثون أنه يجب التريث في الحكم على تأثير صحافة الشبكات على الصحف المطبوعة نظراً:**

أ- لحداثة هذه الصحافة.

ب- لاختلاف جمهور كل وسيلة.

ت- واختلاف الحاجات وسلوك التعرض.

وفي هذا المجال نرصد اتجاهين، يمكن أن نحددها بـ:

- الحماس البالغ لتأثير صحافة الشبكات والمواقع الصحفية، وذلك حسب ما يرى أصحاب هذا الاتجاه، التطور السريع لهذه المواقع وخصائصها وانتشار استخدامها الإنتاج والنشر فيها مقارنة بالصحف الورقية ويدللون على ذلك بانخفاض توزيع الصحف الورقية في كثير من دول العالم وانخفاض عائداتها، وانخفاض أو صعوبة تمويلها.
- التريث في الحكم: ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه لن يحدث تراجعاً في مكانه الصحف الورقية فلم تستطيع أية وسيلة إعلامية جديدة إلغاء سابقتها وما يقال عن تراجع العوائد وصعوبات التمويل وتراجع التوزيع يرتبط بخصائص السوق في كل مرحلة من مراحل التطور في كل دولة، وهذا أمر غير قابل للتعميم وإذا كان للمواقع الصحفية خصائص تميزها كالفورية والتحديث المستمر، فإن الصحف الورقية خصائص ومميزات أيضاً كالتغطية التفسيرية من خلال التقارير الإخبارية والمقالات والتعليقات، وغيرها من الفنون الصحفية التي تتطور يوماً بعد يوم لتلبية حاجات قراءها.
- ويشير الباحثون أنه إذا كان هناك تراجع في استخدام الصحف الورقية فإن هناك تراجعاً في استخدام المواقع الصحفية الإلكترونية ويستشهدون بما حصل في حرب العراق حيث دلت النتائج على انخفاض مستوى استخدام هذه المواقع

بعد انتهاء الحرب مقارنة بالاستخدام قبل أثناء الحرب، بما يشير إلى أن الاستخدام ارتبط بالحدث والأزمة.

ويشار في هذا المجال إلى أن العلاقة بين المواقع الصحفية والصحف الورقية يجب تناولها من خلال الخصائص الإنتاجية والفنية، **وأسلوب الاستخدام، وذلك كما يلي:**

1) أغلب المواقع الصحفية ليست نتائج جهود مستقلة بل أنها تعتمد في نجاحها على جهاز إعلامي يقف وراءها مثل بعض الصحف القائمة، أو الفضائيات، وبعضها يحمل اسم هذه الأجهزة، بما يشير إلى ان اسم هذه الأجهزة هو الذي جذب المستخدم لاستخدامها خاصة مع نسخ الصحف الورقية على مواقع الشبكة باعتبارها منفذ من منافذ التوزيع.
2) تتوقف قدرة المواقع الصحفية في التغطية الآنية والفورية والتحديث على وجود شبكة قوية من المراسلين، لكن أغلبها ما زال يعتمد على مرسلين الأجهزة الإعلامية التي تحمل اسمها، بما يعر القارئ بعدم وجود اختلاف وفارق كبير في المحتوى يجعله يستمر في استخدام هذه المواقع.
3) سبقت الصحافة التلفزيونية في التغطية الفورية والتحديث، لكنها لم تلغ الصحف الورقية حيث مازالت هذه الصحف تتصدر الوسائل الأخرى في تقديم التغطية التفسيرية والاستقصائية والتحليل المتعمق، وهو ما قد تعجز عنه المواقع الصحفية خاصة مع الأخذ بالاعتبار سلوك استخدام مواقع الإنترنت.
4) **ما يقال عن خاصية استخدام النص الفائق يثار حوله نقطتين:**

أ- مازال الحديث مبكراً عن وجود بيانات خاصة بالمواقع الصحفية وكذلك عن تنظيم التراكم في محتوى هذه المواقع وإعدادها للتجول، وما يحصل الآن هو الربط مع ما يستمد من وقائع وأحداث طبقاً لرؤية المحررين والعاملين في المواقع.

ب- الإحالة إلى مواقع أو قواعد بيانات أخرى قد تشكل صعوبة للقراء كما أنها لا تميز المواقع الصحفية، فيمكن لقارئ الصحفية المطبوعة أن يدخل بنفسه إلى المواقع المختصة أو إلى قواعد البيانات وذلك حسب حاجاته.

5) المواقع الصحفية مثلها مثل الصحف الورقية تتعرض مالية، فهي مواقع تقدم خدمة مجانية ولا تتلقى دعماً إعلانياً أو دعماً من جهات أخرى، واستمرار هذه المواقع مرتبط بالواقع بالشركات المضيفة لهذه المواقع بحيث تشكل أحداً روافدها، أو أحد أنشطتها، وبحيث ترضي هذه الشركات عنها وعن اتجاهاتها وتدعمها بالتغطية الإعلانية وإلا فإن هذه المواقع سوف تتحول إلى مواقع مدفوعة الأجر.

6) وبالإضافة إلى وجود الصعوبات المالية فإن هناك فنية تؤثر في استخدام هذه المواقع، وأهم هذه الصعوبات عدم التوافق بين البرامج المستخدمة في تصميم الصفحات والتجول فيها وبين استخدام الزائرين لبرامج مختلفة في التصفح بما يجعل الزائر يدخل على المواقع التي تتفق تصميم التصفح فيها مع برامجها لتجنب صعوبات تصفح مواقع أخرى مختلفة عن برامجه.

7) لا تراعي الكثير من المواقع الإنفاق بين حجم الملفات التي تعرضها وحاجة القراء، حيث تؤثر الملفات الطويلة عن الاستجابة النفسية والصحية لبعض الزائرين.

8) قراء الصحف من حيث العمر والحالة الاقتصادية والنوع ما زالوا يفضلون الصحف الورقية مقارنة بالنسخ الإلكترونية.

9) هناك اختلاف واضح في سلوك قراء الصحف الورقية وسلوك تصفح المواقع الصحفية، وهذه الاختلافات تتمثل بالجهود والصعوبات الصحفية، وجرد مهارة في التعامل مع الحاسب والشبكات.

ويمكن أن تقرأ أنه إلى الآن فإن الكفة تمثل لصالح الصحف الورقيــة لكــن تطور المواقع الصحفية يفرض على الصحف الورقية تطوير أدائها وإنتاجها وذلــك للمحافظة على جمهورها واكتساب جمهور جديد.

الفصل الحادي عشر

الراديو عبر الإنترنت

الراديو عبر الإنترنت

الراديو هو إحدى وسائل الإتصال الجماهيرية... ويختلف عن بقية الوسائل الأخرى (الجريدة والمجلة والكتاب) في أن الأذن تحل محل العين، فعلى الرغم من اجن جميع العبارات المذاعة يتم قراءتها من نصوص مكتوبة، إلا أنها معدة بحيث يصغي إليها الجمهور، وليست معدة للقراءة. ويفهم العامة الراديو على أنه جهاز استقبال فقط، في حين أن مفهومه الوظيفي العملي يشتمل على أجهزة وعمليات الإرسال والاستقبال معاً.

ويعتبر الصوت المادة الأساسية فهو يمر عبر ميكروفونات وأسلاك وأجهزة تفويةن وأخرى لإرسال وللاستقبال مزودة بمساعات، إلى غير ذلك من اجهزة التقنية الأخرى.

وفي الماضي كان الراديو هو وسيلة الإعلامية الأولى والوحيدة للحصول على الأخبار وتمضية الوقت. وبظهور الكاسيت والسينما والتلفزيون والفيديو والدش والكوابل والكمبيوتر وأخيراً الإنترنت، تقلص عدد جمهور الراديو، ولم يتبق سواى عشاقه المخلصين. وقد مر الراديو في تطوره بعد مراحل حتى وصل إلى ما يسمى بالراديو الفضائي والراديو الرقمي وراديو الإنترنت.

فمند بضعة أعوام كان هناك مشروع لصناعة ما يسمى " الراديو الفضائي" وهو التطوير الأخير للراديو بعد انتقاله من مرحلة الصمامات الثلاثة إلى الترانزيستور، ودخول تكنولوجيا الديجيتال، وقد كانت فكرة هذا الراديو هي احتوائه على هوائي فائق الحساسية يستطيع الاستقبال من الأقمار الصناعية مباشرة، ولكن توقف هذا المشروع، لأن الإنترنت قد أتت بما هو أفضل...

وثمة خلط لدى البعض بين راديو الإنترنت وبين وضع المـــواد الإعلاميـــة والعروض والعروض والمؤثرات الصوتية في صفحات المواقع للإعلام عن شـــي ما. وبدخوا الراديو الإنترنت، أصبح هناك آلاف المحطات الإذاعية التي تبث على مدى 24 ساعة على الإنترنت وتستقبلها بكل سهولة على جهاز الكمبيوتر الخـــاص بك، كما أن معظم المحطات الإذاعية العريقة المعرفة تبث برامجها عبر الإنترنـــت جنباً إلى جنب مع البث التقليدي – إذاعة BBC مثلاً، وبجانب هذا، فهناك محطـــات إذاعية لا تبث سوى عبر الإنترنت، فيها محطات متخصصة تبـــث جميـــع أنـــواع الموسيقى بلا توقف، كذلك المحطات المتخصصة في الرياضة والأخبار وبـــرامج المرأة وغيرها.

جودة الصوت في راديو الإنترنت:

من مميزات راديو الإنترنت عدم تأثير البث بالأحوال الجوية مثلما يحدث في البث التقليدي. وهذا يؤثر على نوعية الصوت في راديو الإنترنت، حيـــث يتمتـــع راديو بالإنترنت بنوعية صوت ممتازة، وفي حالة عدم استخدام الإنترنـــت أثنـــاء الاستماع للراديو، ويمكن الحصول على نوعية صوت أفضل أما في حالة استخدام الإنترنت إضافة للاستماع للراديو، فإنه ينجم عن ذلك بعض الأثـــر الســـلبي فـــي الصوت كان يستمع تقطيعات ووقفات في الإرسال.

طرق الاستماع إلى الراديو عبر الإنترنت:

هناك العديد من الطرق التي يمكن بها الاستماع إلى الراديو عبر الإنترنت منها:

1- WINDOWS MEDIA PLAYER:

وهو برنامج يحتوي على مولف الراديو الخاص به، حيث يوجد العديد مـــن الصفحات على الإنترنت والتي تحتوي على محطات إذاعية يمكن الاستماع إليهـــا مباشرة..

حيث يعني هذا البرنامج للكثير من مستخدمي الكمبيوتر المتعة الكاملة بملفات الصوت والصورة الرقمية، وذلك لتميزة بالكثير من المميزات مثل:

- تسجيل ملفات MP3 وعرض أفلام DVD.
- سرعة الاستماع المباشر من الإنترنت STRLEAMING.
- ميزة سلسلة الملفت، وهي إذا وقعت عيناك على مسار صوتي، وشعرت أنك ترغب في الاستمتاع به والاستماع إليه، ويمكنك النقر بزر الماوس الأيمن عليه لتضيفه إلى قائمة الملفات التي يتم تشغيلها حالياً، دون الحاجة إلى إضافتها لقائمة التشغيل الحالية وإعادة تشغيلها.

وللاستماع إلى الراديو عبر الإنترنت من خلال Media Player:

- اضغط على الزر Radio Tuner وستظهر لك قائمة بالمحطات المتوفرة.
- إذا لم يعجبك أي محطة منها، فهناك في الجهة اليمنى تصنيف لمحطات الراديو حسب نوع الموسيقى التي تقدمها. بالإضافة إلى وسيلة للبحث إذا كنت تبحث عن شيء معين، هناك زر أخضر اسمه FIND More Station اضغط عليه لتجد محطات أخرى.
- لا بد أن تعرف أن هذه المحطات ليست (كل) المحطات الإذاعية الموجودة على الشبكة، بل أنها كل المحطات التي يستطيع MADIA PLAYER عرضها ويمكنك تحميل هذا البرنامج بأحدث إصدار من موقع الشركة.

2- REAL PLAYR:

وهو برنامج أخر يجعلك قادراً على الاستماع على الراديو عبر الإنترنت وبكفاءة تامة وعند الضغط على زر RADIO TUNER يمكنك الاستماع إلى أكثر من 2500 محطة وكذلك يمكنك الضغط على زر FINE A STATION من اختيار المحطة التي تريدها.

ويتميز هذا البرنامج بميزة أخرى وهي وسيلة العثور على محطـــات تبـــث باللغة العربية، عند اختيارك البحث باللغة العربية، ستظهر لك قائمـــة بالمحطـــات المتوفرة، ومن بينها القسم العربي بإذاعة الـــ BBC.

3- إنترنت أكسبلورر:

حيث يمكن الاستماع للراديو في إنترنت اكسبلورر من خـــلال مـــا يســـمى MADIA TOOL BAR، وبالضغط على أيقونة MADIA ليظهر لك العمود TOOL BAR في الجهة اليسرى من المتصفح، اضـــغط علـــى MADIA OPTIONS ثـــم RADIO GULDE وسيكون بالإمكان اختيار محطة الراديو التي توافق مع اهتمامك من خلال الأزرار في أسفل الـــ TOOL BAR، كما يمكن ضبط مستوى الصـــوت والتحكم فيه.

4- WIN AMP:

وبالضغط على زرر المسمى WIN AMP PROWSER في نافذة المتصـــفح الصغير الذي سيظهر في هذا البرنامج، اختر RADIO وحدد نـــوع الموســـيقى أو الإذاعة التي تفضلها.

وهذا المتصفح سنقلك إلى إنترنت أكسبلورر الـــذي ســـيعرض لـــك قائمـــة بالمحطات التي توافق نتيجة بحثك، وتعرض لك القائمة أيضاً عدد مســـتمعي كـــل محطة وسرعة الاتصال المناسبة. ثم حاول اختيار المحطات التي تتناسبق وســـرعة اتصالك بالشبكة، واضغط الزر Listen لتستمع للمحطة من خلال WIN AMP .

5- WIN FM:

وهو برنامج متخصص للاستماع إلى محطاتت راديو الإنترنت فلا وظيفة له غير ذلك، ومع ذلك لم يحقق نجاحاً.

ويمكنك تحميل النسخة من البرنامج من الموقع التالي:

WWW.TUCOWSCOM/PREVIEW/193515.HTML

Live 365 -6

وهو موقع متميز بالفعل، يمكنك من خلاله ليس فقط البحث عن موسيقى حسب النوع أو المطرب، ولكنه يمكنك من البحث عن أغنية بعينها، فهو يمكنك بوسيلة ما من البحث بطريقة فعّالة مع إمكانية تخزين قائمة بمحطاتك المفضلة، والعديد من الأختيارات الأخرى.

الموقع هو WWW.LIVE365.COM

7- البحث عن المحطة المناسبة:

وهو موقع متخصص في البحث عن محطات الراديو، وهو يحتوي على روابط لأكثر من عشرة آلاف محطة، بالإضافة إلى العديد من الاختيارات لتسهيل الحصول على المحطة المطلوبة.

الموقع: WWW.RADIO-LOCATOR.COM

وهكذا أتاحت الإنترنت فرصة كبيرة لكل شخص أو شركة أن ينشئ محطة إذاعية خاصة بهم، حيث أصبح الإرسال الإذاعي عبر الإنترنت أمراً ميسوراً لأي مستخدم للكمبيوتر، حيث لا يتطلب إنشاء محطة داريو الإنترنت أي شيء غير:

- نسخ من برنامج الخدمة المجاني الخاص بهذا العمل.
- القدرة على إقامة محطة إذاعية داخل الإنترنت.
- أي مكان بداخل المنزل أو المكتب.
- لا تحتاج إلى إذن رسمي.
- لا تقوم بالتشويش على المحطات المجاورة.
- المحطة الخاصة بك تصل إلى أي مكان في العالم دون أن يسألك أحد.

الفصل الثاني عشر

التليفزيون على الويب

الفصل الثاني عشر

التليفزيون على الويب

الحاسب الشخصي والتليفزيون جهازان يتعاملان بالأساس مع بيانات ومعلومات على شكل إشارات أو نبضات كهربية، فالحاسب لديه القدرة على تخزينها واسترجعها وفقاً لتطبيقات وبرامج معينة، بالطريقة التي يريدها المستخدم، وهنا سيكون المستخدم مشاركاً إيجابياً يحدد شكل ونوع المعلومة التي تعرضها الشاشة، أما التليفزيون، فهو لديه القدرة فقط على الاستقبال للمعلومات وعرضها في اللحظة نفسها كما هي دون تدخل، وهكذا ظل التليفزيوم جهازاً غير قادر على تخزين واسترجاع المعلومات والبيانات، بينما ظل الحاسب بعيداً عن استقبال وتخزين المعلومات التليفزيونية التي تبث على الهواء.

ساعدت هذه الفروق وغيرها على جعل كل منهما في طريق، إلى أن ظهرت تطورت تكنولوجية جعلها يلتقيان معاً في نقطة واحدة.

وفي هذه الثورة التكنولوجية قام العلماء بإضافة خطوتين جديدتين قبل بدء عملية الإرسال هما الترقيم والضغط بحيث أصبحت طريقة البث التيفزيونية تتم كالتالي:

تحويل صوت وصورة المذيع مثلاً من ضوء وصوت إلى سيل متماثل متصل من النبضات الكهربية تم تكويدها رقمياً بنفس الطريقة التي تتم عند تخزين البيانات على الحاسب، ثم ضغطها بشدة لكي يقل حجمها ويسهل نقلها، وتخزينها بعد ذلك، ثم تحميلها على الموجات الحاملة، لتتم عملية الإرسال بشكل عادي، وعندما تصل هذه الإشارات إلى التليفزيون في المنازل، يقوم الجهاز المنزلي بفصل الموجات على المعلومات الحاملة للحصول على المعلومات الرقمية الواردة إليه، وهنا يكون الأمر قد اختلف جذرياً عما كان في حالة التليفزيون العادي، لأن التليفزيون في هذه الحالة يستقبل معلومات جرى تكويدها وترقيمها في محطات

الإرسال بنفس طريقة إعداد البيانات للتخزين على الحاسب الشخصي، الأمر الـذي أدى إلى توافر أساس موحد يسمح لجهاز التليفزيون بالتعامل مـع المعلومـات أو المواد المذاعة، وذلك بطريقتين:

الأولى: باعتباره حاسباً شخصياً كامل المواصفات.
الثانية: التعامل معها باعتباره تليفزيوناً عادياً.

من هنا ظهر للوجود التليفزيون التفاعلي، أي الذي يسمح بأن يتفاعـل معـه المشاهد بالأخذ والرد، ولا يجلس فقط لمجرد المشاهدة، فهـو يسـتقبل معلومـات ويستطيع أيضاً أن يرسل معلومات أخرى سواء لجهاز التليفزيون فقط أو لمحطـة الإرسال أو لجهة أخرى ثالثة.

وحالياً هناك أكثر من 54 مليون منزل في جميع أنحاء العـالم، توجـد بهـا خدمات التليفزيون التفاعلي.

كما ظهر التليفزيون التفاعلي بصورة واضحة تطبيقية من خلال قيام شـركتاً "أوبن تي في" OPEN TV و "يورونيكست" اللتان تعتبران من أكبر شـركات فـي التليفزيون التفعلي، قامتا بتزويد المشاهد في جميع أنحاء العالم (أوروبا – الشـرق الأوسط – آسيا – أمريكا الجنوبية) بفرصة اختبار خدمة تفاعلية جديدة لعشاق كرة القدم خلال كأس العالم الماضية، فالأول مرة حصـل مـالكوا أجهـزة العـرض التليفزيوني الرقمية، على فرصة للتفاعل مع بث مباريات كأس العالم مـن خـلال اختبار زوايا الكاميرا التي يشاهدون المباراة من خلالها.

مما يتكون التليفزيون التفاعلي؟ وكيف يعمل؟

بناء على الأسس التي وضعها العلماء لبرنامج الحاسب مـع التليفزيـون، يكون جهاز التليفزيون التفاعلي مكوناً في نظام متكامل تتلاحم فيه تكنولوجيـات الاتصالات مع المعلومات مع الالكترونيات مع الشبكات.

لذا يتكون التليفزيون التفاعلي من:

أولاً: الجهاز الموجود بالمنزل.

والذي يتكون بدوره من قسمين:

الأول: قسم الحاسب وهو الذي يضم مكونات الحاسب الشخصي الداخلة في النظام وهو الجزء المسؤول عن استقبال البث التليفزيوني والمعلومات والمحتوى القادم من محطة الإرسال في شكل رقمي، ثم إعادة بث المعلومات من الجهاز إلى أي جهة أخرى خارج المنزل.

وهذا الجزء يسمى "الصندوق القومي أو العلوي" ويمكن أن يأتي منفصلاً عن جهاز التليفزيون، ويتم توصيلها معاً عن طريق الكابلات، أو يتم تثبيته داخلياً بجهاز التليفزيون أثناء التصنيع ويحتوي على ذاكرة وقرص صلب ليتمكن من تسجيل البرامج ويستقبل الصندوق الفوقي الإشارات الرقمية المشفرة أو غير المشفرة المضغوط من مصادر البث (القمر الصناعي، المحطات المحلية، الكابلات) يقوم الصندوق بفك الشفرة، وفك الضغط، ويقوم بتحويل الإشارات الرقمية الواردة إلى إشارات تماثلية وعرضها على شاشة الجهاز. ويتضمن الصندوق الفوقي وحدة لتخزين المعلومات تتشابه مع وحدات التخزين الموجودة بالحاسبات عالية الكفاءة، كما يوجد به نظام مثل الموجود في الحاسب الشخصي.

وهو يعمل كبوابة وسيطة بين التليفزيون وأي حاسب شخصي ويقوم الصندوق الفوقي بعدة مهام هي:

- استقبال البث التليفزيوني العادي.
- أو العمل كمودم لتوصيل التليفزيون بشبكة الإنترنت.
- أو العمل كمنصة ألعاب.

- العمل كدليل برامج إلكتروني، يتولى عـرض جميـع العبـارات OPTIONS المتاحة على الشبكة ليتمكن المستخدم من انتقاء ما يناسبه من بـرامج وتحديـد جدول عرضها الزمني وفقاً لمتطلباته الخاصة.

أما البرمجيات الموجودة في الصندوق الفـوقي (القسـم الكمبيـوتري مـن التليفزيون التفاعلي) فتتمثل البرامج الوسيطة التي تشكل بنية أساسية برامجية يمكن أن تعمل فوقها جميع التطبيقات مثـل (تطبيقـات الإدارة والـتحكم فـي بـرامج التصميمات التخيلية، وبرامج التفاعل المتبادل وقاعدة المعلومات) ويتم تحديث هذه البرامج أو توماتيكيا من الشركة المقدمة للخدمة.

أما البرمجيات الموجودة على الصندوق الفوقي وهي البرامج التـي يتعامـل معها المشاهد مباشرة، مثل برامج البحث عن القنوات والمواد والبرامج التليفزيونية المختلفة، وبرامج تشغيل شبكة الإنترنت عبر التليفزيون وغيرها.

الثاني: القسم التليفزيوني: وهو يمثل الجزء التليفزيوني العادي، حيث يضـم مكثفات وسماعات وشاشة وغيرها ويمكنه تلقى الإرسال مـن الصـندوق الفـوقي المباشر حسب رغبة المشاهد.

وهو يعمل كشاشة للجزء الكمبيوتري من النظام، حيث تعرض عليه واجهات البرامج والتطبيقات المحملة على الصندوق الفوقي، وتعرض عليه واجهات المواقع والصفحات التي يدخل عليها المشاهد على شبكة الإنترنت وغير ذلك.

ويوجد مع الجهاز ريموت كنترول " جهاز التحكم عن بعـد" وهـو يشـبه الريموت كنترول العادي مع شيء من التطوير في القدرات والوظائف، فهو يتـيح اختيار البرامج المطلوب مشاهدتها وذلك من خلال مجموعة من القوائم المنسـدلة والتي تظهر للمشاهد على الشاشة والتنقل بينها عبر استخدام الأسهم والضغط على زر (موافق) إلى الاختبار التالي:

ثانياً- الجزء الموجود في محطة الإرسال:

وبناء على تقنية التلفزيون التفاعلي، تقوم محطات الإرسال بتطوير تقنيتها لكي تعمل مع هذه النوعية من التلفزيونات، ويتطلب ذلك أن يكون بالمحطة قسم تلفزيون يعمل بنظام البث الرقمي للإرسال من استوديوهات تبث رقمياً على الهواء أو من شرائط مسجلة. كما تكون المحطة مجهزة بكاميرات وإضاءة وغيرها من مستلزمات البث التلفزيوني.

كما يوجد قسم معلوماتي بالمحطة يتعامل مع المحتوى الذي يتم من خلاله تقديم خدمات المعلومات المختلفة للمشاهد، ويضم قاعدة مخزن عليها البرامج والأغاني والأفلام والمعلومات التي يحتاج إليها المشاهد في صورة رقمية، وحاسب خادم Server يعمل كنقطة وصل وربط بين قاعدة البيانات والمشاهدين في المنازل.

كما يتطلب الأمر تواجد شبكة معلومات قوية داخل محطة البث يتم من خلالها التنسيق بين ما يتم بثه بشكل تلفزيوني حي على هيئة صوت وصورة، وما يتم استرجاعه من قاعدة البيانات على أي هيئة يطلبها المشاهد.

الخدمات التي يطلبها التليفزيون التفاعلي:

بالرغم من التطور المشهود، والذي حدث في برامج التليفزيون، إلا أن القرار النهائي يظل في يد مُعد البرامج ومخرجه، ولكن الأمر يختلف تماماً مع التليفزيون التفاعلي، حيث يتيح العدد من المزايا كالمشاركة في برامج المسابقات ويجد المشاهد نفسه أمام جهاز فيديو تحت الطلب، والتواصل بين المشاهدين فيما يشبه خدمات الدردشة على الإنترنت، وغيرها من المزايا التي تتضح يوماً بعد يوم.

1) خدمة الفيديو تحت الطلب:

حيث يتيح الفيديو تحت الطلب فرصاً كثيرة للمشاهدين لتسجيل البرامج المفضلة وقت إذاعتها ومشاهدتها في أي وقت في المنزل دون الذهاب لمحلات

الفيديو لاستئجار أفلام وشرائط لعرضها على جهاز الفيديو، بل سيتم إرسالها من قبل الخادم Server عبر وصلة الكابل أو الأقمار الصناعية.

2) خدمة التليفزيون التجاري:

فالتجسيد الحالي للتلفيزيون التفاعلي تقوده الاقتصاديات، لأن الهدف المبدئي لشبكات التليفزيون التجاري، هي حث المشاهد على مشاهدة رسائل المعلنين، فإنه ليس من مصلحتهم الاقتصادية تحويل انتباه المشاهدين إلى الأنشطة التفاعلية ما لم يكن الحصول على عائد إضافي من تلك الأنشطة.

بمعنى أن فرع من فروع التليفزيون التفاعلي، تتم من خلال تطبيقات التجارة الإلكترونية عبر التليفزيون، وهو يتيح للمشاهدة شراء البضائع التي يشاهدها في التليفزيون، ومع التليزيون التفاعلي تأخذ التجارة الإلكترونية شكلاً جديداً حيث يمكن مثلاً عمل جولة في أي محل تخيلي (ملابس) وتقوم الكاميرا بالتحرك في جميع الاتجاهات عبر الريموت كنترول إلى أن تستقر على إحدى السلع، حيث يمكن الضغط على صورتها بالإطلاع على تفاصيل عنها (نوع الأقمشة، المقاسات، الألوان، والأشعار،....الخ).

3) خدمة الإعلانات:

حيث يعتمد التليفزيون التفاعلي في تقديم الإعلانات على دفع المستهلك لمعرفة المزيد من المعلومات عن السلع، وتمر الدعاية في التليفزيون التفاعلي أمام المشاهد أثناء مشاهدته للعرض دون انقطاع أو توقف لمادة العرض، وإذا أراد المشاهد معرفة المزيد عن السلعة، فعن طريق الريموت كنترول يتم ذلك.

4) خدمة دليل البرامج الإلكتروني:

هي الخدمة التي تتيح للمشاهدة عبر التليفزيون التفاعلي من اختيار برامج التجول بين القنوات المختلفة، كما تتيح إمكانية الدفع مقابل البرامج التي يختارها.

وهناك العديد من أنواع الدلائل الإلكترونية المطورة تقدم عرضاً لخدمة الإنترنت المختلفة "التصفح Browsing".

وأطلق البعض على هذه القائمة الإلكترونية تعبير " دليل البرامج التفاعلي" وهي مرحلة متقدمة عن الدليل الإلكتروني، حيث يتم فيها استخدام الرسومات التوضيحية لمشاعدة المستخدم بشكل أوسع، وهذا الدليل التفاعلي يعتبر جزءاً من التليفزيون التفاعلي، ولكنه يحتاج لبرمجيات ومعدات ذات طبيعة خاصة.

5) خدمات المباريات الرياضة وتعدد الكاميرات:

كما يتيح النظام التفاعلي اختيار ما يريده المشاهد بين بدائل متعددة، ففي بطولة ويمبلدن للتنس عام 2001، وإذاعات قناة الـ BBC البريطانية لقطات من 5 مباريات مختلفة لمشاهدتها على القمر الصناعي الرقمي، وكانت المباريات الخمس تظهر أمام المشاهدين على شاشة واحدة وبإمكانهم أن يختاروا المباراة التي يريدون الاستماع لبها في تلك اللحظة لتظهر لهم بالحجم العادي فوراً، ثم يمكنهم بين المباريات باستخدام جهاز التحكم عن بعد (الريموت كنترول).

كما أطلقت قناة Sky Sport خدمتها للتليفزيون التفاعلي في أغسطس 2000 والتي تضمنت إمكانيات تسمح للمشاهد نفسه الفورية لإحدى اللقطات، أو مشاهدة الهدف بإعادته من زوايا متعددة او متابعة لا عب بعينه من خلال "كاميرا اللاعبين".

وقد اشتعلت المنافسة في الآونة الأخيرة بين القنوات التليفزيونية لتقديم هذه الخدمة حيث أعلنت كل من ITV و Telexsعن تنظيم المراهنات عبر خدمات التليفزيون التفاعلي لكي تضيف المزيد من الإثارة على المباريات.

6) خدمة ألعاب الكمبيوتر:

حيث كانت الألعاب واحدة من أكثر الأشياء جاذبية في مجال التليفزيون التفاعلي، مما جعل قناة Sky Sport البريطانية من الدمج بين الرياضية المحلية

وألعاب الكمبيوتر، لتجعل من مشاهدة المباريات أمراً إثارة، وذلك من خلال اللعبة التي أطلقتها في أكتوبر 2001، وتعتمد على تنبؤات المشاهدين بالنسبة لأفضل وأسوأ أداء للاعبين أثناء مباراة كرة القدم.

7) خدمة دردشة على الهواء مباشرة:

والتطورات الأخيرة في مجال التفاعلية تمخضت عن إحداث نوع من الاندماج بين خدمتي التليفزيون والتليفون، فالمستخدمون في بريطانيا يستطيعون الآن التحاور والدردشة مع أناس ذوي اهتمامات متقاربة عبر التليفزيون، باستخدام خدمة "يويو" التابعة لقناة Static.

الفصل الثالث عشر

إعلام الهاتف المحمول

الفصل الثالث عشر

إعلام الهاتف المحمول

مقدمة:

إعلام الموبايل أو إعلام الهاتف المحمول، مفهوم جديد بدأ يطل علينا منذ فترة، ويطرح لقالب وشكل وصناعة إعلامية جديدة وفريدة، دفع إليها التقدم التكنولوجي الذي بدأت كل الوسائل الإعلامية الجديدة وتلك الأخرى التي غدت تقليدية، بدأ كل منها يحاول ركب هذا التقدم التكنولوجي ويسعى إلى لفت الانتباه وجذب الجمهور إليه.

فقد فرضت أجهزة الاتصالات المتنقلة "الجوال" أو "الموبايل" نفسها وبقوة، كشكل جديد من أشكال الإعلام الأساسية، الإذاعية والمتلفزة والمقروءة، وكجزء من الإعلام الالكتروني، تفوق على بعض تلك الأشكال، كونه جمع الوسائل الثلاث الأخرى عبر تقديم خدمات الأخبار والإذاعة، إضافة إلى خدمات القنوات المرئية والفضائية وفق آراء خبراء الإعلام.

وعلى غراء الوجبات السريعة، أخذت المؤسسات الإعلامية تقديم أخبارها لقرائها عبر خدمات شركات الاتصالات، بنص قصير وموجز، فهو إضافة إلى كونه ذو مردود مالي كبير، يراها البعض لإنها الطريقة الجديدة لكسب السبق لمواجهة الإعلام المرئي، والمحفز للقارئ لمتابعة الخبر في الصحف أو القنوات المرئية.

وهو الأمر الذي أكده الدكتور "سعود كاتب" أستاذ الإعلام بجامعة الملك عبد العزيز بجدة، ومؤلف كتاب "الإعلام القديم والإعلام الجديد" هل الصحافة المطبوعة في طريقها للانقراض"، حيث أكد أن الإعلام الإلكتروني وأخبار الجوال هي إحدى وسائل الإعلام الحديثة التي فرضت نفسها بقوة في الوقت الحالي، وتعد الوسيلة

ثانياً: الجيل الثاني: من الهاتف المحمول "Second Generation"

ظهر في التسعينيات الجيل الثاني من الهاتف المحمول وأطلق عليه" Wireless Technology" وقامت هذه التكنولوجيا على إشارات معطيات رقمية منخفضة المجال.

أهم مزايا وتقنيات هذا الجيل:

تعد أكثر تقنيات الجيل الثاني، شيوعاً، تعرف كأنظمة عالمية للاتصالات المحمولة، وقد نفذ الـ GSM لأول مرة عام 1991 ومن خلال الـ GSM اتسع مجال التطبيقات وأصبحت أكثر تقدماً فأصبح بإمكان المستخدم معرفة رقم الطالب كما عالجت الـ GSM بعض المعطيات مثل الفاكس، وخدمة الرسائل القصيرة بمعدل يصل إلى 609 كيلو بايت في الثانية لكنه غير ملائم لاستعراض صفحات ويب وتطبيقات الوسائل المتعددة.

ومع هذه الجيل الثاني من الهاتف المحمول، تحسنت التغطية، وأصبح التجوال الدولي متاحاً، وأصبحت الهواتف المحمولة أصغر حجماً وأقل سعراً. أعتمد هذا الجيل على التراسل الرقمي Digital مما فتح الباب لتقديم المزيد من الخدمات مثل خدمة الرسائل القصيرة SMS والبريد الإلكتروني، وتصفح الإنترنت، وغيرها من الخدمات.

نظراً لأن السرعات التي قدمها هذا الجيل لم تكن كافية لاحتياجات المستخدمين، ظهر ما يعرف بالجيل الثاني المتطور 205 والجيل الثاني المتقدم 2075 واللذان مكناً من التراسل بسرعات تجاوزت 200.000 حرف في الثانية. وهذه السرعات فتحت المجال لظهور المزيد من الخدمات والتطبيقات مثل خدمة الوسائل المتعددة MMS وإمكانية تصفح الويب، تحديد المواقع LBS والألعاب، وبعض التطبيقات التجارية.

ثالثاً: الجيل الثالث من الهاتف المحمول:

في عام 1999 ظهر الجيل الثالث من الهاتف المحمول، وهو الجيل الأحداث في تقنيات الهواتف المحمولة الذي ينتج التواصل بطرق متقدمة وبسرعات عالية تفوق ما كان متوفراً في الأجيال السابقة.

أهم مزايا وتقنيات هذا الجيل:

يجمل الجيل الثالث الكثير من خدمات الصوت والصورة والمكالمات المرئية بشرط موافقة الطرفين، وكذلك الفيديو ونقل البيانات بسرعة فائقة، واالبث التليفزيوني على المحمول ومشاهدة القنوات الفضائية بكفاءة وجود عالية، والمشاهدة حسب الطلب، وخدمات الوسائط المتعددة وغيرها من الخدمات الأخرى المتطورة، وكذلك تحميل ملفات الفيديو وتداولها على شكل رسائل، بالإضافة إلى إمكانية ممارسة الألعاب التفاعلية ومشاهدة برامج التليفزيون والنقل المباشر لها.

وتشمل خدمات الجيل الثالث خدمة الفيديو حسب الطلب وخدمة الملفات الصوتية.

وهذه الخدمة تتيح للمستخدم مشاهدة الملفات المتعددة الوسائط حسب الطلب وفي أي وقت. فضلاً عن خدمة الاتصال بالإنترنت بسرعة تصل إلى 384 ألف حرف في الثانية.

كما يتيح هذا الجيل الثالث خدممة التجارة عبر الهاتف المحمول M-Commerce. وهي ممارسة عملية البيع عن طريق الإنترنت المتوافر في أجهزة المحمول.

رابعاً: الجيل الرابع للهاتف المحمول:

من المنتظر أن تظهر بروتوكولات "الجيل الرابع من شبكات الاتصالات اللاسلكية" قبل حلول العام 2010.

أهم مزايا وتقنيات الجيل الرابع:

يعتمد الـ G4 على ربط شبكات غير متجانسة (شبكة هاتف محمول، شبكة لا سلكية، شبكة أقمار صناعي) ويمكن للمشترك التنقل بين هذه الشبكات بكل سهولة. تهدف المعايير الأولية لهذه التقنية إلى سرعة تراسل تبلغ مائة مليون حرف في الثانية. في حال الحركة أو في حال الأماكن المكشوفة وبليون حرف في الثانية في حال الثبات أو في الأماكن المغلقة، سرعة إرسال المعطيات تصل إلى 50 ميجابايت في الثانية مقارنة بحدود 384 كيلو بايت التي توفرها تقنية الجيل الثالث الحالية، وهذا يجعل الشبكات اللاسلكية أسرع من تلك الحالية بنسبة أكثر من 260 مرة، حيث ستتيح السرعة الأعلى لمستخدمي الهاتف المحمول في تحميل ملفات فيديو أطول مدة وأفضل نوعية بكثير.

أهم ما يميز الجيل الرابع، السرعة الفائقة في التعامل مع الإنترنت، خصوصاً أنه يتشارك معها في بروتوكول أي بي IP الذي يدير تناقل الملفات عبر الشبكة العنكبوتية، ومن خلال هذا البروتوكول سيصبح بإمكان المستخدم التحدث وكتابة الرسائل وتبادل الملفات وتصفح الإنترنت في آن واحد. وسيصبح بإمكان أي جهاز الالكتروني سواء كان حاسباً أو هاتفاً محمو لا أو حتى آلات المشروبات الغازية الموجودة في الطرقات، الاتصال بالإنترنت عبر هذه الشبكات، وأداء أي مهمة مطلوبة منه، والتحكم به من بعد.

ارتفاع مستويات الأمان في المعلومات المنقولة عبر شبكاته، بفضل استخدام وسائل تشفير بالغة التعقيد.

المحور الثاني: **تأملات في أجيال الهاتف المحمول**:

أولاً: تطور في الدور والوظيفة:

تعددت الأدبيات التي تتحدث عن وظائف وسائل الإعلام، فهناك العديد من العلماء الذي تحدثوا عن وظائف وسائل الإعلام بدءاً من هارولد لا زويل، عالم

السياسة الشهير من أوائل العلماء الذين اهتمو بالوظائف المجتمعية للاتصال، وهناك أيضاً مفهوم "لازرسفيلد و ميرتون" ومفهوم" ولبورشرام" ومفهوم" ماكويل" ومفهوم ليزلي مولز" وغيرهم، ويمكننا أن نجمل أهم وظائف وسائل الإعلام التي حددها العلماء، ونخبر هذه الوظائف في ضوء ما يؤديه الهاتف المحمول من وظائف، فالوظائف التي حددها العلماء تنحصر في:

- وظيفة الأخبار.
- وظيفة الإعلام والتعليم.
- وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه.
- وظيفة الترفيه.
- وظيفة الرقابة.
- الإعلان والترويج.
- تكوين الآراء والاتجاهات.

1. في بداية ظهور الهاتف المحمول:

كان استخدامه يقتصر على قطاعات معينة من الجمهور ربما تنحصر فقط في الأثرياء أو رجال الأعمال، ولكن الآن أصبح الجميع يستخدم الهاتف المحمول وفي كافة المجالات ولأغراض عديدة ولم يعد بإمكان الغالبية العظمى الاستغناء عن الموبايل في حياتها، حيث مر الهاتف المحمول بتطورات تقنية، قادت إلى حدوث تغييرات كمية – سيأتي حديث عنها فيما بعد وتغييرات نوعية في الدور الوظيفة التي يستخدم لأجلها الهاتف المحمول.

2. اتصال فقط:

مع ظهور الهاتف المحمول في البداية، كان مجرد آلة محدودة الاستخدام، يستخدمم فقط في إجراء المكالمات، صوت فقط دون إمكانية كتابة نص، فكان مجرد آلة صغيرة تؤدي وظيفة اتصالية محدودة.

3. اتصال بصورة أعمق:

في الجيل الثاني من أجيال الهاتف المحمول، أصبح بإمكان المستخدم التحدث وإجراء المكالمات وكتابة الرسائل وتبادلها مع الآخرين، مما فعل من وظيفة الاتصالية بصورة أكبر من التي كان عليها في مرحلة الجيل الأول.

4. وسيط اتصالي وإعلامي:

مع تطور المحمول في مرحلة الجيل 2.5 تطورت إمكانياته وساعد هذا التطور على تنامي الدور الذي يلعبه الهاتف المحمول، فتطور من مجرد آلة صغيرة ينحصر دورها في تلقى المكالمات الصوتية فحسب إلى وسيلة مزودة بوسائط مالتميديا وتقنيات عالية – كما سبق أن أوضحنا – بدءا من الجيل للهاتف المحمول فأصبح بإمكان المستخدم التحدث والكتابة وتبادل ملفات الصوت والصورة، وانعكس ذلك على الدور الذي يقوم به المحمول من مجرد دور اتصالي إلى دور إعلامي أيضاً، فالإمكانيات المتعددة التي حفل بها الهاتف المحمول أتاحت له القيام بدور وسيط إعلامي، والقيام بوظائف عديدة، اتصالية (من خلال الرسائل البريد الإلكتروني)، ووظيفة إعلامية (من خلال خدمة، Chat، إجراء المكالمات تصفح المواقع الإلكترونية)، وتسلية (من خلال الألعاب العديدة الدردشة)، أخبارية (من خلال إمكانية تصفح المواقع الإخبارية، أو المشاركة في خدمة البث الإخباري على المحمول التي تقدمها بعض المواقع)، وإعلان (من خلال بث بعض المعلنين لإعلانات ذات قصيرة عبر الهاتف المحمول). فلا شك أن كل ذلك قد غير من سلوكيات واتجاهات تعامل المستخدمين مع الهاتف المحمول إلى الدرجة التي تجعلها يمكن أن نقول أن الهاتف المحمول لم يعد يقتصر دوره على مجرد وسلة تحقق الاتصال بين طرفي العملية الاتصالية فقط، وإنما تطور دوره إلى وسيلة يمكنها أن تحقق لدي بعض الأفراد والجماعات التفاعل مع الآخرين من خلال الأدوات التفاعلية التي أتاحها.

5. وسيلة اتصال وإعلام:

في مرحلة الجيل الثالث والرابع للهاتف المحمول شهد المحمول تطوراً أوسع اتاح له القيام بمزيد من الأدوار والوظائف، فأصبح يقوم بدور اتصالي وإعلامي – كما سبق أن أوضحنا – بل ودور اجتماعي أيضاً فمن خلال الإمكانيات التي توافرت له تعددت وظائفه من مجرد وظيفة اتصالية، فمع اتساع إمكانياته تعددت أغراض الإعلامية فأصبح بإمكان المستخدم تصفح الإنترنت ليس المواقع الإعلامية فحسب بل أصبح بإمكانه تصفح المدونات بل والدخول على مدونته الخاصة والتعديل فيها، وبالتالي أصبح يؤدي مهاماً أوسع داخل وظيفته الاتصالية والإعلامية.

6. وإلى جانب تطور الدور الإعلامي الذي أصبح يقوم به الهاتف المحمول، أصبح يؤدي على نحو مماثل دوراً اجتماعاً، فإلى جانب تمكين المستخدم من إجراء المكالمات وإرسال الرسائل والدخول في دردشة مع غيره، ومع وجود المكالمات المرئية، وتمكين المستخدم من الدخول على العديد من المواقع الاجتماعية كموقع فيس بوك على سبيل المثال لا الحصر، تتوافر الأدوات والإمكانيات التي تحقق التواصل بين الأفراد، تزداد درجة التفاعل بين المستخدمين دون تقيد بحدود الزمان أو المكان ومزيداً من التواصل دون الاتصال فحسب، فلم تعد مسألة التواصل بين، Face to Face الأفراد تتقيد إلى حد ما بضرورة وجود الاتصال المواجهي، فالمكالمات المرئية سهلت الأمر، أو يحتاج التواصل إلى ضرورة تواجد الأفراد في G4 G3 نفس المكان،فالأجيال 3 و4 من الهاتف المحمول سهلت الأمر وأزالت الحواجز ومع إمكانية الدخول إلى المواقع الاجتماعية دعم ذلك التواصل والترابط.

7. وكل ذلك خلف معنى سيسيولوجي جديد للهاتف المحمول، يشرحه الدكتور أحمد محمد صالح:" أن المعنى السيسولوجي في واقع التليفون المحمول اليوم،

وهو تفويض الناس بالمشاركة في الاتصالات والتفاعلات بدون قيود الشرطيين الأساسيين، وهما التجاوز الفيزيقى، والثبات والاستقرار المكاني".

8. فالهاتف المحمول أصبح لا يقف عند مجرد آلة تستخدم للاتصالات الضرورية فحسب، بل وسيلة يمكنها أن تؤدي نفس الأدوار التي تقوم بها الوسائل الإعلامية الأخرى التي صارت تقليدية في ظل التقدم الذي لحق بالإنترنت والهاتف المحمول، فالهاتف المحمول إذن أصبح يؤدي وظيفة: اتصال– إعلام– إخبار– ترفيه– إعلان. فاستيعاب الهاتف المحمول لإمكانيات الإنترنت والإذاعة والتليفزيون والصحافة والتليفون الثابت يجعلنا نقول أن الهاتف المحمول يمكنه أن يصنف كوسيلة إعلانية "في بداية عهدها". تحالو أن تتنافس مع الوسائل الإعلامية الأخرى وتؤدي نفس إدوارها بما توافر لديها من إمكانيات. ويظل الجزم بأن الهاتف المحمول " وسيلة إعلامية" قيد استعداد المستخدم للتعامل معها واعترافه بها كوسيلة إعلامية تقف إلى جانب الوسائل الأخرى، وقيد توفيرها لكل إمكانيات الوسائل الأخرى، فالتحدي أمام الهاتف المحمول جد صعب والمنافسة مستعرة والتقدم التكنولوجي لا يجعل أي شيء أمراً مستحيلاً.

ثانياً: تطور اتجاهات الاستخدام:

أ– المحمول في كل مكان:

في بداية ظهور الهاتف المحمول كان استخدامه يقتصر على قطاعات معينة من الجمهور ربما تنحصر فقط في فئة الأثرياء أو رجال الأعمال، ولكن الآن أصبح الجميع يستخدم الهاتف المحمول و في كافة المجالات ولأغراض عديدة ولم يعد بإمكان الغالبية العظمى الاستغناء عن الموبايل في حياتها.

وتظهر العديد من الدراسات أن هناك تمدد وتوسع وظيفي في سلوكيات استخدام الهاتف المحمول، لأن المستخدمين تدريجياً يغيرون العادات ويتعلّمون استعمال التقنية الجديدة في تشكيلة متنامية من الأغراض، وفي سلسلة متسعة من

الأوضاع. ففي دراسة أجريت على مستخدمين جدد للهاتف المحمول، وجد المواطنين يبدءون بمفاهيم وتصورات ضيقة إلى حد ما حول استخدامات المحمول التي يحتاجون لها، لكن إلى حد بعيد تكبرو تتوسع تلك الاستخدامات مع مرور الزمن! ويبدو أن هناك اتجاهات واسعة نحو توسيع استعمال واستخدام المحمول من حالات إلّ طوارئ المجرد إلى الحالات الروتينية. ويشير معظم الأفراد كدافع ابتدائي لتبنى الهاتف المحمول، إلى وظائف الآتية:

على سبيل المثال الاطمئنان على الأحبة، أو المطالبة بالمساعدة في حالات الطوارئ مثل حوادث الشارع، وتخيل المستخدمون الأولون للمحمول أنهم سيتخدون التليفون المحول فقط في الأوضاع غير الروتينية الخاصة، وليس كاداة موجودة في كل مكان في حياتهم اليومية لكن في الوقت. المناسب، حدثت تغييرات نموذجية في استخدام الهاتف المحمول، ويمكن أن نلاحظ الآتي:

1- أن التليفونات المحمولة غزت وسيطرت تماماً على السلوك الروتيني اليومي بكل مستوياته، وعلى كافة الأوقات. فالتنبى للتكنولوجيا الجديدة، هو في الأصل سعى لحل مشكلة معينة، فالأمن في حالة... الحوادث الفجائية يوجه التفاعل في هذا الموقف نحو الدائرة الخاصة للفرد، وربما نحو ممثلى مؤسسات الطوارئ. وبينما يصبح الاستعمال وملكية التليفون المحمول روتينة، وتظهر تنسيق بين استعمالات المحمول المتنوعة في كافة المواقف اليومية، فإن استعمالات المحمول تحركت من غير العادي أو فوق العادي والمفاجئ إلى المتوقع والعادي الروتيني.
2- هناك زيادة واهتمام ملحوظ في تزيين وتجميل نداءات المحمول، بحيث تصبح غير آلية، وتؤدي وظيفة اجتماعية وعاطفية، مثل إظهار القلق، التضامن، الالتزام، الإفصاح بالقرب، الإشفاق، التعاطف والحب، وباختصار، أصبح من الشائع جداً أن يعجز المستخدمين عن توقع أنماط استعمالهم المقبلة للمحمول بطريقة سليمة.

إعلام الموبايل وقع وآفاق الإعلام العربي:

كشف تقرير حول واقع وآفاق الإعلام العربي أصدر نادي دبي للصحافة الثلاثاء 3-2-2009، أن الإنترنت و"إعلام" الموبايل سيزدادان انتعاشا على الرغم من تأثيرات الأزمة المالية العالمية، وتوقع أن يشهد الإعلان الإلكتروني وتوفير المحتوى الإلكتروني لأجهزة الهاتف المتحركة أكثر الفرص المتميزة في المنطقة، وستشهد معدلات نمو كبير مرتفعاً من مستواه الحالي المنخفض، وخاصة في الدول التي فتحت أسواقها أمام شركات الاتصالات.

وخلال الأعوام القليلة الماضية استثمرت شركات الاتصالات العربية ما يزيد على 200 مليون دولار في بناء شبكات الجيل الثالث، التي تتيح للمستخدم الاتصال بشبكة الإنترنت عبر الجوّال، مما يعني فتح الباب لعدد كبير من الاستخدامات التي تحول جهاز الجوال من جهاز اتصال عادي إلى وسيلة ثرية متعددة الاستخدامات بما فيها الترفية بأنواعه، وهو كما هو معروف الأمر الذي جعل كثيراً من خبراء قطاع الاتصالات يتوقع عدة ثورات اقتصادية متتالية مرتبطة بهذا الجهاز الذي نحمله في أيدينا أينما ذهبنا.

لكن شركات الاتصالات وقفت أمام أزمة حقيقية اسمها المحتوى، فهذه الخصائص التكنولوجية التي كلفت الكثير من البناء والتسويق يجب أن يبرر للجمهور استخدامها، تماماً عندما نشتري جهاز التلفاز وننتظر وجود القنوات التلفزيونية، وشركات الاتصالات بنت التكنولوجيا وبدأت بعدها في البحث عن المحتوى.

ما يوجد حالياً هو محتوى أعد في الأصل للتلفزيون، وتتم أقلمته بشئ من الجهد لصالح شاشة الموبايل، ولذلك يكون المحتوى ضعيفاً، ولم يسمع الجمهور حتى الآن بضجة حول شيء تم بثة على الموبايل بسبب هذه المشكلة، وذلك لأن شاشة الموبايل شاشة صغيرة يجب أن يتم التصوير بشكل خاص بما يتناسب معها،

ولأن محتوى الموبايل يجب ان يكون قصيراً ومتناسباً مع عادات الشخص الذي يستخدم الموبايل بشكل يختلف عن مشاهدة التلفزيون او استخدام الإنترنت من خلال جهاز الكمبيوتر.

هل يسقط الهاتف الجوال جهاز التلفزيون من على العرش الإعلامي؟ وعل حان الوقت ليفعل بالتلفزيون ما فعله هذا الأخير بوسائل الإعلام الأخرى، عندما سحب البساط الإعلاني من تحت أقدامها؟ هذه الأسئلة هي محور تقارير وتحليلات إعلامية عدة تناولتها الصحف الغربية مؤخراً.

فبحسب "الهيئة الأوربية للإعلانات المتفاعلة" فإن التلفويون يمثل حالياً 41% من إجمالي استهلاك الناس للإعلام، لكن المشكلة التي تواجه المعلنين بحسب التقارير، هي الحركة المستمرة للناس المستهدفين بالإعلان، وأيضاً المنافسة الشديدة والتطورات الجديدة التي دخلت إلى عالم البث التلفزيوني، التي تزيد من نسبة "تقليب" القنوات المستمر أو باستخدام تقنيات المشاهدة المدفوعة التي ينتقي فيها المشاهد البرانج أو الأفلام التي يرغبها في قنوات خالية من الإعلانات، وهناك كذلك تقنية جهاز استقبال الـ تيفو" التي تخولك تقديم، ترجيع، توقيف أو حتى الإعادة البطيئة للبث التلفزيوني الحي "كل ذلك يعطى المستهلك القدرة على تجنب الإعلانات"، يقول اندرو روبرتسون المدير التنفيذي في وكالة "بي بي دي أو" للإعلان – بريطانيا (ثالث أكبر شركة دعايات في العالم). كلام روبرتسون جاء في تحليل خاص أعده عن مستقبل العلاقة بين الإعلام والإعلان، ويؤمن روبرتسون بأن " الطريق إلى الأمام بالنسبة للمعلنين هو الوصول إلى المستهلكين عبر الأجهزة اللاسلكية، مثل الهواتف الجوالة، أجهزة الكومبيوتر المحمولة وأجهزة البلاك بيري (جهاز ارسال واستقبال البريد الالكتروني المحمول)، ويضيف المدير التنفيذي أن هذه الأجهزة تتحول في سرعة هائلة لتصبح الوسيلة الأفضل للوصول إلى الناس. كلام روبرتسون جاء متزاماً مع تقدير إعدته وكالة "بي بي دي أو" أظهر أن

المستهلكين اليوم لا يمانعون في الاستغناء عن التلفزيون، ولكن ليس عن هـواتفهم الجوالة أو جهاز الكومبيوتر الشخصي.

الوكالة سألت 3000 مستهلك في 15 بلدا عن منتج التواصل الذي يرغبـون في الاختفاظ به أكثر من غيره، وجاءت النتائج كالتـالي: 45% فضـلوا أجهـزة الكومبيوتر الشخصي، 31% فضلوا أجهزة الهاتف الجوال، فيما فضل 12% فقـط أبقاء جهاز التلفزيون. من اللقطات اللافتة أيضاً في الدراسة، هـي أن 60% مـن المشمولين فيها أوضحوا أنهم يبقون على هواتفهم الجوالة مفتوحة ما بين 21- 24 ساعة في اليوم. في المقابل، هناك من يعتبر أن استهداف النـاس إعلانيـا عبـر هواتفهم الجوالة، قد تترتب عليه جوانب سلبية، وهذا ما قاله الكاتب إيريك بفائز في موضوع له في صحيفة الـ " هيرالد تريبيون" وللوقوف على وجهة نظرة، حاولـت "الشرق الأوسط" الاتصال ببفانر، على العنوان الذي نشرته الجريدة، لكن محاولاتنا في الاتصال به لم يكتب لها النجاح. وكان بفانر كتب في 2 مايو (أيار) الماضـي، ضد فكرة جعل الهواتف الجوالة وسيلة مناسبة للإعلانـات التلقيديـة، متعبـراً أن الهاتف جهاز شخصي للغاية، ومستدلاً بأن أحدى الدراسات أظهرت أن 22% مـن المشمولين فيها في أسبانيا وإيطاليا يردون على هواتفهم الجوالـة أثنـاء أوقـاتهم المحمية (تخيل أن تصلك رسالة إعلانية أو يتصل بل مندوب إعلانـي فـي ذلـك الوقت!). ويكمل بفانر بقوله، إن الإعلان عبر أجهزة الجوال لا يزال يقلع بـبطء، ويعطى مثالاً عن ألمانياً، أكبر أسواق الهواتف الجوالة في أوروبا، ويقول أنه مـن ضمن 51.7 مليون دولار انفقت على الإعلان هناك، فإن أقل من عشر ذلك المبلغ انفق على الدعاية الإلكترونية. من جهته يشدد بيتر هوسيك، من عملاقـة صـناعة الهواتف – شركة " نوكيا" في حديثة الـ" الشرق الأوسط"، على أن التنمية "الهاتف الجوال" لم تعد مناسبة، ويقول إن التعبير الأصح هو "الجهاز الجـوال" وذلـك لأن "الجهاز الذي تحمله لم يعد فقط لاجراء المحادثات الهاتفية، وإنما مـزودا بكـاميرا وجهاز تسجيل ورايو وانترنت، والتوجه حاليا هو نحو دمج الاستعمالات في جهاز

واحد، إما بخصوص الإعلان عبر الأجهزة المحمولة فيري هوسيك، الـذي يعمـل مدير مبيعات أول في قسم الوسائط المتعددة في "نوكيا" الشـرق الأوسـط وشـمال "أفريقاً" أن الهواتف هي وسائل مثالية "..... وتجري حالياً دراسـة سـبل تقنـين الإعلانات من قبل الهيئات المختصة".

ويقول هوسيك إن الخطوة المقبلة في عالم الإعلام المحمول، هـي مشـروع الـ موبايل تي في"، الذي يخضع للتجربة حالياً. أما ما هي الاختلافات بين التقنيات الموجودة حالياً والمشروع الجديد، فهي أن مستخدمي هواتف الجيل الثالـث حاليـاً بإمكانهم فقط "تحميل" برامج تلفزيونية، مثل فقرات الأخبار أو أغاني الفيديو كليـب المعدة سابقاً، أي أنهم أمام عقبة كون هذه البرامج متاحة من قبل جهة معينة وقابلة للتحميل. أما "موبايل تي في" فسيخولك التقاط البث التلفزيوني حياً ومباشراً، كما هو (ربما مع بعض ثواني التأخر)، على جهاز المحمول أينما كنـت، يقـول هوسـيك شارحاً، أن المتطلبات هي أن تكون القنوات التلفزيونية تبث ععلى موجة "دي فـي بي اتش" (وان تقدم الحكومات رخصة لها الفعل ذلك)، وإن يكون الشخص يملـك جهازاً جوالاً متوافقاً مع هذه التقنية. ويضيف المسؤول "نحن في طـور التجربـة حالياً". أما متى ستصل هذه التقنية إلى بلدان الشرق الأوسط، فيقول هوسيك "نحـن في طور المفاوضات حالياً مع عدد من الشبكات التلفزيونية العربية التي أبدت رغبة في التعاون معناً. ونتوقع أنه بعد عام من الآن سيتمكن المواطنون في أكثر من بلد خليجي واحد على الأقل من مشاهدة البرامج التلفزيونية على أجهزتهم الجوالة".

من جهة أخرى تقول مديرة العلاقات العامة في شبكة "أوربت"، عليا شيخو، إن "أوربت" ستكون جزءاً من أي تطور تكنولوجي يحصل، وإنها "سـتكون سـباقة لتوفير هذه الخدمة أو أي خدمات أخرى فـي هـذا المجـال، إذا حـازت رضـاً المشاهدين". وبالعودة إلى نقطة الإعلان من خلال الأجهـزة المحمولـة، يبـدو أن الهواتف الجوالة ليست وحدها التي تبرع في إغراء المعلنين، بل ان المعلنين وجدوا طريقة جديدة لاستخدام جهاز "بلاي ستايشن" المحمول PSP كوسيلة للإعلان. أمـا

الطريقة فهي أما ابتكار ألعاب مصغرة أو أفلام قصيرة يحملها المستخدمون في مواقع التحميل المجانية مثل Heavy.com والمثال على ذلك هو سلسلة أفلام قصيرة بعنوان " إيفان أند غاريث" يمولها منتج مزيل العرق الشبابي الشهير "أكس" أما اطلريقة الأخرى فهي توفير أفلام سينمائية حقيقية كاملة للتحميل، مقابل أن تدفع الشركة المعلنة حق استخدامه. "موبايل تيي فى": تقفز فوق الحواجز فكرة الـ" موبايل تي في، هي ببساطة أن تتمكن من مشاهدة محتوى تلفزيوني على جهاز جوال سواء كان ذلك فقرات إخبارية، نشرات اقتصادية، مسلسلك المفضل أو حتى نتائج المباريات الرياضية، وقريباً سوف يصبح بالإمكان التقاط بث تلفزيوني كامل عبر الجهاز الجوال.

التقنية المستخدمة هي ما يعرف بالـ "داتا كاستنغ" (من كلمتي "داتا" أي المعلومات، و"برود كاست" أي البث)، وتتم على موجة تعرف بالـ DVB-H، وهي تجمع بين البث الرقمي والبروتوكول الإنترنتي، وسوف يكون لا قط الـ DVB-H مدمجاً بالجوال تماماً مثل ما هي مدمجة تقنية البلوتوث. وسوف يعمل النظام منفصلاً عن خدمة الـ ""جي أس أم" أو الـ"3 جي" حيث يستقبل المستخدمون البث مباشرة، بدلاً من طلبه وتحميله، يذكر أن هذا النظام بات معمولاً به في اليابان (وان بتقنية أخرى) ومن المفترض ان يعمم تجارياً في أوروبا بحلول عام 2006. أما الشركات الداعمة لهذا النظام فيذكر أنه في سبتمبر (أيلول 2004) أعلنت كل من موتورلا وأن أي سي ونوكيا وسيمنز ووسوني أريكسون، تعاونها تحت ما يعرف بـ "تحالف الجوال المفتوح" لبحث متطلبات بدء البث للأجهزة الجوالة، وفتح السوق لخدمات جوالة جديدة.

المبحث الأول

خدمات الإعلام عبر الرسائل القصيرة

يمكن أن نرصد بعض خدمات الإعلام وغيرها في ما يلي:

1. الخدمات الإخبارية:

تحمل أخبار الهاتف المتحرك طيفاً واسعاً من الخدمات الإخبارية التي تشمل ما تقدمه وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية في شكل نصوص ترسل إلى المشتركين، وهي في العادة يتم تصنيفها تحت عناوين مثل: الأخبار، المال، الترفيه والمرأة. وتنقسم كل من هذه التصنيفات والأبواب فرعياً إلى موضوعات متخصصة ومحددة بحيث يحدد المشتركون خياراتهم بدقة وبشكل سليم للحصول على المعلومات الدقيقة التي يريدون. ويستطيع المشتركون الراغبون في الحصول على عناوين الأخبار في عالم الأعمال وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو عناوين الرياضة وأخبار كرة القدم مثلاً أو آخر الأخبار المهمة في تلك اللحظة. وتشمل أيضاً أخبار الطقس وأسعار العملات وأخبار الرحلات الجوية كذلك يمكن الحصول مثلاً على أحداث نصائح الموضة والأبراج وقوائم بالنشاطات الترفيهية.

2. خدمات الأخبار المصورة:

حالياً أصبح الهاتف الخلوي أداه رئيسية في توزيع مواد الفيديو القصيرة التي تمثل شكلاً أساسياً للإعلام الجديد وتشمل طيفاً لا حد له من المصورة منزلياً أو تلك التي تعدها جهات محترفة، مثلما هو الحال بالنسبة لمواد الفيديو المقتطعة من المباريات الرياضية وما إليها وسنأتي لا حقاً للحديث بالتفصيل عن تطبيقات التلفزيون والفيديو على الهواتف الخلوية.

3. الخدمات التجارية:

وهي تشمل تبادل الأموال وعمليات الشراء والبيع، وفي الوقت الذي أصبحت فيه الهواتف الذكية متوفرة بشكل واسع، فإن تلك المتوسطة الأسعار منها القادرة

على تلبية استخدامات استهلاكيةمنخفضة وكبيرة للشركات، ويجري حالياً استخدام الهواتف الخلوية بشكل متزايد كأدوات للتجارة، وبالتالي تقييمها من قبل مديري تكنولوجيا المعلومات. وهذا من شأنه تحدي الشركات البائعة لتقديم أجهزة عملية تلبي جميع متطلبات الشركات خلال السفر والترحال.

4. التوعية الاجتماعية والأمنية والصحية:

تشمل هذه الخدمة مدخلاً جديداً للمؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية لتوصيل رسالتها التوعية من خلال أجهزة الهاتف الخلوي لمجموعات هائلة من الناس، خاصة في الحالات التي تستدعي الوصول السريع للناس.

5. متابعة الخدمات المصرفية:

توفر هذه الميزة للجهات المصرفية التواصل مع العملاء بتوفير بيانات خاصة بحساباتهم المصرفية وحركة أموالهم مثلما هو الحال في المصارف وشركات نقل الأموال. فالبنوك ووكالات قروض الائتمان تعمل على الاستفادة من الهواتف المتحركة بالتوجه صوب توفيراً لصيانة للتعاملات المالية عبرها وعبر غيرها من أجهزة الاتصال اليدية، مثلاً يسمح مصرف سيتي الأمريكي لزبائنه بتصفح حساباتهم ودفع الفواتيروتحويل مبالغ مالية والبحث عن أقرب آلات لسحب النقود من الهواتف المتحركة. ويطلب (سيتى موبايل) للدخول إليه شفرة ويعمل وفق نظام مشفر. ويمكن تعطيل الخدمات مباشرة إذا فقد الهاتف المتحرك أو سرق.

6. الترويج والإعلان:

حالياً أصبح الإعلان عن طريق الهواتف الخلوية امرأ عادياً، إذ يتم الإعلان عن الخدمات والإحداث المنتظرة وعن السلع المختلفة.

7. خدمات الإنترنت:

توفر الأنظمة الجديدة من الهاتف الخلوي خامة الاتصال بشبكة الإنترنت وخدمات الواب والإطلاع على البريد الإلكتروني وإرسال الرسائل الإلكترونية.

8. الألعاب والتسلية:

أصبحت معظم الأجهزة الجديدة عبارة عن محطة مصغرة للألعاب الإلكترونية التفاعلية وهي تمثل بديلاً معقولاً ومحمولاً لممارسة هذه الألعاب مع الآخرين في أي مكان.

9. تشغيل الموسيقى:

يشمل ذلك تشغيل تسجيلات الأم بي ثري MP3 وألام بي فور MP4 والأغاني بامتدادات مختلفة والاستماع إلى الراديو ومسجل الصوتيات وغيرها من الألعاب المشتركة بين الأجهزة وعبر خطوط الإنترنت إضافة إلى خدمات تبادل وبيع النغمات التي تمثل تجارة ضخمة. الهواتف المتحركة تحل الآن محل الأجهزة الضخمة في قاعات الاختفالات الخاصة بما يمكن مستخدميه من الاستماع إلى مختاراتهم من الموسيقى وهي تعمل أيضاً كأجهزة إلكترونية للتوزيع الموسيقى في الحفلات والاجتماعات الكبيرة. ولا تقوم شاشة الهاتف بعرض المعلومات الأساسية الخاصة بالأغنية أو القطعة الموسيقية فحسب، بل الصورة أيضاً الموجودة، كما تملك بعض الهواتف محطة بث إذاعية خاصة تقدم الموسيقى والخدمات الإخبارية المختلفة.

10. النكات والطرائف:

أصبحت الهواتف المتحركة جزءاً أصيلاً من آليات التواصل الاجتماعي، وتبادل الطرائف اليومية بين الناس، بل وكرست بعض الجهات تقديم طرف ونكات للجمهور بشكل دوري.

11. الترجمة الفورية:

تتوفر خاصة الترجمة في الأجهزة الجديدة إما فمن التكنولوجيا التي يحملها الجهاز نفسه، أو تقوم إحدى الجهات بترجمة النصوص القصيرة آلياً أو بواسطة فرق للترجمة.

12. البحث عن المعلومات:

التطورت التي حدثت في الأجهزة تشمل استخدام النظم الوسيطة التي تمكن المستخدمين من البحث عن المعلومات من الأجهزة المتحركة وتتيح الوصول إلى كمية غير محدودة من البيانات مع القدرة على الدخول غيراً لمحدود إلى الإنترنت، واستخدام الأجهزة المتحركة للبحث والتنقيب وتحليل كميات غير محدودة من المعلومات التي كان الدخول إليها في السابق.

13. الخدمات الأمنية:

وتشمل التطبيقات مراقبة حركة المرور وعمليات الإنقاذ والغوث في حالات الكوارث، وتطبيقات البحث عن قواعد المعلومات والمعلومات الأساسية. وفي مراقبة المرور تقوم الهواتف المتحركة بالحصول على المعلومات عن طريق الاتصالات المباشرة المباشرة مع الهواتف المتحركة الأخرى الواقعة على طول الطريق الذي يزمع سائق السيارة أن يأخذه، بحيث يجري نقل المعلومات من جهاز إلى أخر مباشرة عبر البلوتوث، أو بنظام الجي بي أرس GPRS وهو ما يطلق عليه الخدمات اللاسلكية لزرم المعلومات العامة.

14. خدمات تحديد المواقع:

تعمل بعض الهواتف المتحركة على خدمة الملاحة التي تعتمد على الأقمار الاصطناعية لنظام تحديد المواقع العالمي GPS GLOBAL POSITIONING SYSTEM الذي يمتاز بقدرته العالية على تحديد موقعك الجغرافي والإبلاغ عنه، جزءاً مهما من العديد من نشاطات الأعمال، والنشاطات الترفيهية، ويعتمد الذي GPS الذي صمم أصلاً لتوفير المعلومات الملاحية للخدمة العسكرية على نظام مؤلف من أربعة وعشرين قمر اصطناعياً، وخمس محطات أرضية وتحتاج إلى جهاز استقبال شخصي سعره بضع مئات من الدولارات، لتحديد المواقع الجغرافية بدقة ويمكن لمن يشتري جهاز الاستقبال هذا أن يستفيد من نظام GPS في أي مكان من العالم وقد أصبح الهاتف المتحرك في تطبيقاته الجديدة جزءاً من هذه الخدمة.

ويعمل النظام استناداً إلى المعلومات المستقادة من أكثر من 24 مقــراً اصـــطناعياً مدارياً شمسياً والتي تدور حول الأرض بحوال 12 ألف ميل. حيث يـــوقم جهـــاز استقبال GPS RECEIVER النظام للبحث عن الترددات من ثلاثة أقماره ومن ثم يقوم بتحليل الترددات فتأسيس خطوط الطول والعرض لتحديد الموقع. طور مـــن قبـــل الجيش الأمريكي في سنة 1987 وكل يطلق عليه نظـــام نافســـتار وكـــان يســـتقى المعلومات في قمر اصطناعي واحد ومرة بعدة أبحاث وتطوير إلى أن أصبح يعمل بصورة كاملة في أوائل التسعينات. ويوفر هذا النظام الكثير من الخـــدمات حيـــث يستطيع المستخدمون من تحديد اوقات الشروق والغـــروب والأبعـــاد والاتجاهـــات وأقصر الطرق للوصول لأي نقطة على الكرة الأرضية. بل لقد طـــورت بعـــض الشركات النظام ليوفر إمكانيات مثل تحديد خطوط الطول والعرض التي يمكـــن أن تعمل بها أي سيارة مثلاً. إضافة إلى إمكانية تشغيل أو إيقاف تشـــغيل أي مركبـــة هاتفياً. حالياً لا يمكن لأي سفينة أو طائرة العمل بدونه.

15. وسائل الوسائط المتعددة:

خدمة رسائل الوسائط المتعددة هي معيار لأنظمـــة إرســـال هـــاتفي تســـمح لإرسال الرسائل الصور التسجيل صوتي "الفيديو" والنص معا وليس فقط لإرســـال النص كما في خدمة الرسائل القصيرة وقد طورت ضمن برنامج شـــراكة الجيـــل الثالث للهاتف الخلوي GPP3.

وكما هو الحال في الرسائل القصيرة النصية، يستلم مركز رسائل الوســـائط المتعددة ويقوم بإرسالها إلى مستقبلها المفترض وفق معايير متفق عليها مـــن قبـــل OPEN MOBILE ALLIANCE وهنالك طريقتان للتسليم إحداهما فورية والأخـــرى المرجأة تبعاً للطريقة الأولى يستلم الهاتف إخطاراً ملحقاً برسالته، وفي النوع الثاني يستعلم إخطاراً يسترجع به رسالته لاحقاً متى أراد.

16. الاستخدام الإعلامي للرسائل القصيرة:

أصبحت الرسائل القصيرة جزءاً من الحياة اليومية وتطور استخدمها يوماً مع يوم بسرعة واضحة، بل أصبحت جزءاً من النسيج الاجتماعي، وتتزايد كل يوم أشكال استخدام هذه الرسائل القصيرة، بما يخدم الحصول على متطلبات الحياة اليومية والتواصل بين البشر، ومد جسور العلاقات الاجتماعية وممارسة جميع أنشطة الحياة السياسية، مثل اختيار رئيس الدولة ورؤساء الحكومات وأعضاء المجالس التشريعية.

التطبيقات الإعلامية تتبدى أيضاً في محطات التلفزيون التي تتكسب منها في الإعلان والترويج والتواصل بين الناس خاصة الشباب بعرض أشرطة التراسل الشخصي لأصحاب الرسائل القصيرة التي تحوي الإهداءات الشخصية والتعليقات الخاصة وحتى الدعوات للقاءات العادية والحميمة بل أصبح بعضها يحمل ما يخدش الحياء في بعض المجتمعات وما يزيد التفتت الاجتماعي، ويعزز القبلية والطائفية والأفكار المتطرفة.

كما تستخدمها المحطات التلفزيوني في عمليات التصويت في البرامج التي تعتمد على المسابقات أو على ترشيح الأفراد لنيل جوائز أو على تفضيل بعضهم على بعض، أو حتى في المسابقات التي لا تستهدف سوى الربح المريع وهو مايحقق أرياحاً كبيرة للمحطات ويخلق جملة من المنافع ووفقاً للقمر الصناعي السري نايسات، فقد تم إطلاق حوالي ستين قناة موسيقية تقوم على خدمة الرسائل القصيرة بين 2005–2006 ويسهل فهم سبب هذا الأزدياد بالنظر إلى تكاليف غير الباهظة التي تدفعها القنوات المماثلة، إذ إن المضمون مجاني بوجود الفنانين اللاهثين لعرض أشرطتهم الموسيقية على أكبر قدر ممكن من القنوات.

وتتم عملية استقبال وتنظيم بث الرسائل بواسطة قسم متخصص في تجميع وتنظيم الرسائل القصيرة أو قد تقوم بها بعض الشركات لحساب القنوات

التلفزيونية. ويظهر نوع جديد ومختلف من القنوات التي تعرض النصوص والرسائل والتي ترتكز على برنامج الإلكتروني صغيرا لحجم، وعلى نظام جرافيك لا يحتاج إلى مبنى ضخم، إذ يكفي الحصول على غرفة صغيرة مخصصة للجهاز. ويسمح النظام للقناة بعرض أشرحة الفيديو والرسائل إلى جانب بث الألعاب والجرافيك على الشاشة بفريق عمل مكون فقط من موظفين.

وقد وصل الأمر في بعض القنوات مثل شبكة "روتانا الغنائية أن تتلقى عدداً هائلاً من الرسائل لدرجة يقوم المشاهدون بشراء وسائل خاصة VIP بضعف سعر الرسالة العادية حتى لا ينتظروا دورهم طويلاً في الصف".

وبحسب الدمتور طارق سيف فإن الجوانب الإيجابية للرسائل القصيرة تكمن في الآتي:

- منح الشاهد فرصة التعبير عن رأية بحرية وقتما يشاء.
- ممارسة الاختيار فيما يخص شخصاً أو قضية يعني بها.
- خلق دور تفاعلي ومؤثر للمشاهد في الوسيلة الإعلامية.
- بناء رأي عام تجاه بعض الموضوعات الترفيهية أو للتسلية.
- الاستفادة مما توفرة التكنولوجيا من إمكانية للاتصال والتواصل مع الأخوين.
- ترسيخ ثقافة الديمقراطية التي تجعل الأقلية تقبل رأي الأغلبية.

أما الجوانب السلبية كما يطرحها الدكتور طارق سيف فهي تشمل:

- إن الاعتماد على الرسائل في التواصل بين الأشخاص سيؤدي في النهاية إلى ضعف الروابط الاجتماعية.

كما أنه اتصال من جانب واحد ومن ثم لا يوجد ما يؤكد أو ينفي واقعية الاتصال لذلك فإن الشخص ذاته حينها يختار بديلاً من البدائل المعروضة لمرات

المبحث الثاني

الإنترنت عبر الهاتف المتحرك

إن واحدة من أهم التطبيقات الإعلامية للهاتف المتحركة هو استعراض شبكة للإنترنت في يطلق عليه الإنتنت المتحركة فمن جانب يمكن لأجهـزة اسـتعراض مواقع الشبكة ومن أخرى تتواصل بعض نظم الخلوي بالنطاق العريض للإنترنـت بما يحقق لها مزايا تختلف عن تلك التي تعتمد على الطـرق التقليديـة فـي نقـل المعلومات.

وتختلف الهواتف المجهزة لاستقبال الإنترنت بما يمكنها من تلقي المعلومات وتصفح الإنترنت والتعامل مع البريد الإلكترونـي ورسـائل الصـور والرسـائل الصوتية وخدمات الدردشة Chat وهنالك العديد من الجهات التي أصبحت تصـمم موقعها لكي استعراضها بواسطة الخلوي فالموقع الذي يستطيع المتحرك دخوله هو الذي يعده أصحابه لهذا الغرض وهذا ما نجده نادراً في صفحات الإنترنت، وبعض المواقع توفر دليلاً هاتفياً، بمعنى أن المستخدم يختار دليـل المستشـفيات، فتظهـر أسماء المستشيفات في بلد ما. ومن هذا الدليل يستطيع المستخدم أن يحصـل علـى رقم هاتف مستشفى محدد وعنوانه وإذا اختار المستخدم دليل السنما يحصل علـى لائحة بأسماء دور العرض في بلد يحدده مسبقاً وقد يستطيع الحصول على عناوين الأفلام التي تعرض حالياً. كذلك قد تتوافر لائحة بأسماء الممثلين والمخرج.

وكنموذج لهذه الخدمات تقدم غوغل واجهة الصفحات الشخصية لمسـتخذمي الهاتف المتحرك التي تتيح لهم تصفح صفحاتهم الشخصية على هواتفهم وعدد مـن الأجهزة المتحركة الأخرى بحيث يستطيع المستخدم ان يتفقد أسعار الأسهم وأخـر الأخبار التي يختارها المستخدم كالحالة الجوية والأخبار العالمية وغيرهـا وبريـد الجئ ميل وخدمات البث بنظام الارار إس بصفحات مجهزة لتتعامل بشكل أسـرع

على أجهزة المستخدم لأنها أصغر من ناحية الحجم وبذلك لا تحتاج لنقـل بيانـات كثيرة أثناء التصفح على العنوان WWW.GOOGLE.COM/IG.

كذلك توجد مجموعة من بوابات الإنترنت الكبرى، مثل أميركـا أون لا يـن ومايكروسوفت إم أس أن وياهو التي تقدم نماذج مبسطة من مواقعها للتسويق على الإنترنت، التي تمكن مشتركي الهاتف الدخول إليها عن طريق أجهزتهم التـي قـد تشكل الخطوة الأولى في الموجة المقبلة من عمليات الشراء عن هذا الطريق.

فشركة أميركا أون لا ين كانت قد أدخلت خدماتها الخاصـة بالبحـث عبـر الهاتف المتحرك في مانحة المستهلكين القدرة على البحث عبر الإنترنت ومقارنـة الأسعار والوصول على القوائم المحلية المأخوذة من دليل الصفحات الصفراء التابع لـ ياهو.

تطبيقات الواب في الهاتف المتحرك:

الواب هو نظام يحول صفحات الإنترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المتحركة أو الأجهزة الإلكترونية المتحركة الأخرى.

هو وسيلة لقراء صفحات الويب مجردة من كل مستوى للوسـائط المتعـدد، وهو وسيلة مستحدثة للحصول على الخدمات المريعة، مثل أسعار العملات والأسهم والطيران وموعيدها.

يقدم الواب خدمات أكثر بكثير مما تقدمه خدمة الرسائل القصيرة. ويتركـب برتو كولى الواب من ست طبقات تعنى كل منها بمهمة محددة تقوم مجتمعة بتأمين اتصال آمن وخال من الأخطاء وهو يستخدم نظام الخادم و المخدوم بحيث يحتـوي هاتف الواب المتحرك على متصفح صغير يقوم بطلب أو تقديم معلومـات لبوابـة خاصة تربطه بالإنترنت وعطفاً على سرعة الإرسال البطية ضعف إمكانات الهاتف – صغر الشاشة وضعف المعالجة والذاكرة – وكذلك تكلفة الاتصال العاليـة فـإن المعلومات التي يطلبها الهاتف المتحرك لا بد أن تكون محدودة. أما التطبيقات التي

يمكن توفيرها للأشخاص على الواب فتتضمن الرسائل الصوتية والإلكترونية، الحوار، التصفح أو الحصول على المعلومات الضرورية، التجارة المتنقلة ومن التطبيقات التي يمكن توفيرها للمؤسسات فتتضمن بالإضافة لما سبق: توزيع الأعمال، المراقبة عن بعد تحديد مواقع المركبات الدخول على الشبكة المحلية نقل الملفات وغيرها.

تلفزيون الهاتف المتحرك:

تلفزيون الهاتف المتحرك يطلق عليه تعبير الوب كأستغ Mopodcastion وهو يعبر عن النموذج الإعلامي الذي يتم به هذا العصر، وهو الإعلام المحمول Portable Media أو الإعلام المتحرك Mobile Media كمقابل لنظام إعلام المكان الذي يصف إعلام المحطات الثابتة التقليدية مثل التلفزيون في شكله المعروف ويطلق عليه الشاشة الرابعة باعتبار أن السينما كانت الأولى والتلفزيون الثانية والكومبيوتر الثالثة، هذا المصطلح برز عام 2004. وتكرست التسمية عندما نقلت الشركات العملاقة للهاتف المتحرك المؤتمر العالمي للخلوي 3 جي أس أم السنوي في العام 2006 إلى مدية كان الفرنسية مؤكدة أنها تعقدت هذا الاختيار لتكريس البعد الترفيهي في شاشة الخلوي.

هذا الإعلام يسمح بالإستماع والمشاهدة في أي مكان متحرك كان أم ثابت في قطار، أو في طائرة أو في محطة حافلات وتحمل تطبيقاته عدة صفة الإعلام المتحرك ويطلق عليها بكل عام أجهزة تشغل الإعلام المتحركة وهي تشمل أجهزة الأي بود ولأم بي ثري وأجهزة المساعدة الشخصية Pda كما تشمل الهاتف التلفزيوني موضوع هذا الجزء.

وقد أصبحت هذه الأجهزة وسائل لا غنى عنها في السفر وتصل إليها المواد المبثوثة إما عن طريق البود كاستغ Podcating او كبث متدفق عبر الإنترنت أو عبر الأثير بنظم الاتصال الخلوي أو غيره، مما سنأتي إليه في حالة البث

التلفزيوني إلى الهاتف المتحرك، وتشمل التطبيقات التلفزيون والموسيقى والألعاب ونغمات الهاتف وإعلانات الوسائط المتعددة وتطبيقات الواقع الافتراضي والصحافة الإلكترونية، على ان ما يهما هنا التطبيقات التي تلى الهاتف الخلوي.

تطور فكرة التليفزيون المتحرك: فكرة التليفزيون المتحرك ليست جديدة وتاريخ الحديث عنها من تاريخ تطوير شبكات الهاتف الخلوي. فقد أنفقت الشركات المالكة والمشغلة لشبكات الهاتف الخلوي مئات الملايين من الدولارات في تأسيس شبكات الجيل الثالث من الاتصالات والحقول على تراخيصها تشغيلها من الحكومات، وبجيث توفر هذه الشبكات خدمة بث الصورة وعروض الفيديو عبر شبكاتها.

غيران الخبراء الفنيين لاحظوا، في دراساتهم الأولية حول فكرة التلفزيون المتحرك أن تزايد الإقبال من جانب المستخدمين على خدمة بث الفيديو عبر شبكات الهاتف المتحرك سيؤثر على كفاءة الشبكات في عمليتى الإرسال والاستقبال. تلك كانت أولى الإشكالات الفنية التي أخرت ظهور التلفزيون المتحرك. لذا كان لا بد من التفكير في استخدام شبكات البث التلفزيوني ذاتها في توفير خدمة التلفاز المتحرك بدلاً من الاعتماد على شبكات الهاتف المتحرك.

ويستخدم تعبير التلفزيون المتحرك لوصف خدمة تلفزيونية عبر شبكات الاتصال يستخدم في التقاطها بشبكات الهواتف الخلوي وهي تكنولوجيا تحتاج إلى برج تلفزيوني ولاقطات خاصة مثلما هو الحال بالنسبة للهاتف الخلوي نفسه، كما يتم تطوير طرق أخرى غير النظم الخلوية. ويتم – وقت كتابة هذا البحث – اختيار لعديد من التكنولوجيات والتطبيقات المناسبة لهذا النوع من التلفزيون.

وتوجد حالياً العديد من النظم التكنولوجية المتبعة في عملية الإرسال والاستقبال عبر شبكات الجيل الثالث G3 وهي تشمل نظاماً يظلق عليه بث الوسائط المتعددة للأجهزة المحمولة يدوياً وهو يحمل سمة مختصر هي: DVB-H وهنالك

آخر باسم ديجيتال فيديو برود كاستنج ويشار إليه اختصار DMB وهناك نوع يطلق عليه اختصارا TDtv وآخر هو MediaFlo وغيرها. وليس هنالك اتفاق دولي واضح حول النظم التي سيتم إتباعها.

وقد بدأ التلفزيون المتحرك الخدمة في اليابان في اليوم الأول من إبريل من عام 2006 بعد سنوات عدة من الأعداد له في مؤسسات التلفزيون الرسمية وشركات الهاتف المتحرك الذي يتم مشاهدته عبر الهاتف المتحرك، أو أي جهاز جوال آخر، مثل الكمبيوتر المتحرك أو أجهزة الدي في دي المتحركة، أو أجهزة الألعاب الإلكترونية المتحركة، كما تشتهر شركتنا "سبرينت" وأية تى أند تى الأمريكيتان بتقديمهما خدمة تلفزيون الهواتف المتحركة.

تبع ذلك تطويراً لأجهزة والنظم القادرة على تبادل المعلومات والملفات مع أجهزة الكومبيوتر والتلفزيونات وأجهزة الموسيقى المنزلية وغيرها من بعيد وإداراتها عند اللزوم بجانب مشدهدة الشخص البرامج التلفزيونية وهو جالس في الحافلة أو القطار مثلاً والاستماع إلى الموسيقى المذاعة وانزلها وتسجيلها سواء كان مصدرها الإنترنت أو الإذاعات فضلاً عن المشاركة في الصور العادية أو الفيديو مع الآخرين وإرسال الإلكتروني واستقباله مع الرسائل الملحقة ومثل هذه الأجهزة لا تستطيع استقبال البث التلفزيوني ما لم تقوم الدولة التي يعمل الجهاز داخلها بتركيب محطات خاصة للبث التلفزيوني الذي يستهدف مثل هذا الأجهزة.

المبحث الثالث

التصوير الصحفي بالهاتف المحمول

الهاتف النقّال أو الهاتف الخلوي أو الهاتف المحمول أو الهاتف الجوال هو أحد أشكال أدوات الاتصال والذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة من أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة، مع تطور أجهزة الهاتف النقال أصبحت الأجهزة أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي بحيث أصبحت تستخدم كأجهزة كمبيوتر كفى للمواعيد واستقبال البريد الصوتي وتصفح الإنترنت والأجهزة الجديدة يمكنها التصوير بنفس نقاء وضوح الكاميرات الرقمية. كما قد أصبحت الهواتف النقالة أحد وسائل الإعلان كذلك وبسبب التناف الشديد بين مشغلي أجهزة الهاتف النقال أصبحت تكلفة المكالمات و تبادل المعطيات في متناول جميع فئات المجتمع، لذا فإن عدد مستخدمي هذه الأجهزة في العالم والعالم العربي يتزايد بشكل يومي ليحل محل أجهزة الاتصال الثابتة.

وفي العالم المتقدم يساعد التطور الجديد في العالم الهواتف المحمولة التي تحتوي على كاميرا الصحف ووسائل الإعلام في نشر صور التقطت فور حدوث الخبر بينما يصل المصورون المحتروفون لاستكمال الموضوع. ومع انتشار أجهزة الهواتف المحمولة ذات الكاميرا، وطرح طرز جديدة ذات قدرة على التقاط صور عالية الجودة كل يوم ستحدث في مجال التصوير الصحفي، وقد ظهر تأثير هذا التطوير في قضية اغتيار المخرج الهولندي (ثيو فان جوج) الذي اغتيل بعد إخراجه فيلماً مثيراً للجدل حول الثقافة الإسلامية، إذ أصبحت جريدة (دي تليغراف) اليومية في أمستردام حديث الوسط الصحافي كله عندما نشرت صورة لجثة المخرج الهولندي التقطت بعد دقائق من مقلته، وقبل وصول الشرطة، وقد وصلت الضجة التي أثارها إلى حد وصف محرّر الصور في الجريدة بأنها كانت هي الخبر وليس مضمونه.

ولم يكن هذه هي المرة الوحيدة التي شهد فيها أحد مستخدمي الهواتف المحمولة المجهزة بالكاميرا حدثاً مهماً، إذ قالت صحيفة (سويس يلى): إن أحد مستخدمي الهواتف المحمولة استطاع التسبب في عودة طائرة كانت متجهة من سويسرا إلى جمهورية الدومينيكان بعد أن استطاع تصوير قطعة من المعدن تسقط منها إقلاعها من مطار زيوريخ مما يعني حدوث عطل فني كان يمكن أن يسقطها.

وفي ولاية الأباما الأمريكية يمكن استخدام الجوال المزود بكاميرا لإثبات حالات الاعتداء الجنسي على الأطفال، كما اعترفت الصين مؤخراً بصور المحمول في القضايا الجنائية.

الهواتف المحمولة غطت هجمات لندن إعلامياً:

حولت أجهزة الهواتف المحمولة ضحايا تفجيرات لندن إلى صحفيين حيث لعبت الصور ولقطات الفيديو التي التقطها الهواة من الضحايا بواسطتها دوراً مهما في تغطية الصحف والتلفزيون وشبكة الإنترنت للإحداث.

وملأت الصور المهتزة غير الواضحة لركاب يمشون وسط الظلام في الإنفاق الصفحة الأخيرة بالكامل لصحيفة تايمز البريطانية يوم الجمعة فيما عرضت محطة تلفزيون سكاي نيوز مرار لقطات فيديو التقطها هواة في اعقاب التفجيرات.

وأرسلت محطة تلفزيون (اندبندنت تي.في) طلباً من خلال مئات الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول إلى المئات من المشتركين في خدمتها لإمدادها بأي لقطات فيديو التقطوها للإحداث وتم إذاعة بعضها لكن معظمها كانت جودتها رديئة للغاية أو أشبه بالرسوم التخطيطة لذا لم يتسن إذاعتها.

وقال ستيورات توماس المحررة بقناة (اندبندنت تي.في. نيوز)" منذ نحو عامين كانت المجالات الوحيدة التي تحصل منها على لقطات فيديو للهواة هي

كوارث العروض الجوية وحفلات الزفاف. لكن الان باتت نسبة كبيرة من الناس في هذا البلد تحمل كاميرات معها في جميع الأوقات وهو شيء مذهل".

وأضاف " أنه مصدر جيد وسنكون حمقى إذا لم نستخدمه... أفضل اللقطات التي حصلنا عليها بالأمس كانت لأشخاص يسيرون داخل الإنفاق حيث لا يمكنك في الأوقات العادية على كاميرا تلفزيونية أثناء وقوع حادث مثل هذا".

ولعب المصورون الهواة دوراً أكثر اهمية في توثيق الدمار لأن الأجراءات الأمنية المشددة منعت وكالات الأنباء من الوصول على مواقع الإنفجارات.

وهناك سبب آخر وراء استخدام وسائل الإعلام المزيد من اللقطات التي صورها هواة وهو أن جودتها تحسنت بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة. فالكاميرات المتاحة بالهواتف المحمولة في أوروبا بها قدرة على إظهار تفاصيل بقوة مليون بكسل وهو ما يعادل ثلاثة أمثال ما كانت عليه في أوائل عام 2003.

وتلقت هيئة الإذاعة البريطانية (بي.بي.سي) نحو ألف صورة عبر البريد الإلكتروني يوم الخميس بينها واحدة من بين أوائل الصور الماساوية التي التقطها أحد العابرين لحافة من طابقين بعد إن دمر سقفها في أحد الانفجارات.

وقال فيكى تيلور محرر أحدى صفحات موقع (بي.بي.سي نيوز) على شبكة الإنترنت " تلقينا ألاف الرسائل عبر البريد الإلكتروني في يوم واحد حفلت بالوصف الانفعالي للإحداث مثلما حدث عقب هجمات 11 سبتمر وأمواج المدة العاتية لكن ما حدث في لندن كان نقطة تحول فميا نسميه المحتوى الذي ينتجه المستخدم لأن الصور كانت بالفعل هي التي تصف القصة".

وكانت (بي.بي.سي) أيضاً واحدة من بين كثير من المحطات التلفزيونية التي إذاعت لقطات فيديو مهتزة وغير واضحة بشكل كامل التقطت بواسطة الهواتف المحمولة.

وقال تيلور "الجودة تتحسن بشكل كبير للغاية" وإذا وضعنا في الاعتبار الموقف الذي كانو يعرضونه... الرعب والإضرار... فقد قبل الناس أنها (الصور) ستكون مهتزة قليلاً وتكون معتمة في بعض الأحيان."

وعرضت النشرات الشخصية على الإنترنت بعضاً من أوائل الصور التي التقطت في مواقع الأحداث وروايات أولية عن الإنفجارات على عدد من المواقع على المشكلة. ونشر موقع صورة لرجل يغطى فمه في نفق ملئ بالدخان. وتم تصفح الصورة أكثر من 44 ألف مرة حتى صباح اليوم الجمعة (اليوم التالي للحادث).

وأمدت خدمة نشرات فيديو شخصية يديرها موقع (أول نيوز فيديو) محطة (اندبندنت تي.في. نيوز) بلقطات صورت بواسطة الهواتف المحمولة أرسلها شهود عيان من مختلف أنحاء المدينة.

وقال ديفيد هوجبن مدير العمليات بموقع (أول نيوز فيديو) "الهواتف المحمولة يمكنها أن تجعل من أي شخص صحفياً صغيراً".

وتقدر مجموعة (جارتنر) المتخصصة في بحوث السوق أن أكثر من نصف الهواتف المحمولة المتوقع بيعها في أوروبا هذا العام والبالغة 150 مليون جهازاً ستكون مجهزة بكاميرات ذاتية يمكنها التقاط صور ثابتة. وكثير من تلك الأجهزة ستكون مزودة أيضاً بإمكانية التصوير بالفيديو.

وقال بن وود المحلل المختص بشؤون الهواتف المحمولة في (جارتنر) "سنرى الكثير من نقل التقارير من أماكن الإحداث من جانب الأفراد الذين يتصادف وجودهم في المكان والزمان المناسبين... أو في المكان والزمان غير المناسبين في مثل تلك الحالة (تفجيرات لندن)."

وبينما يستخدم الهاتف المحمول في العالم المتقدم إعلامياً، نجد للأسف والحزن الشديدين.. في سابق هي الأولى من نوعها في مصر،فرض شيوخ ورجال

قريتين بصعيد مصر حظراً على خروج النساء والفتيات من بيوتهن أمس الأربعاء للاختفال بعيد الأضحى، خشية تصويرهن بالهواتف المحمولة.

وذكر صحيفة "البيات الأماراتية أن قريتا الزريقات وبحري بمحافظة قنا عاشتا مظاهر أول عيد تجري بدون نساء حيث فرض شيوخ ورجال القريتين حظراً على خروج النساء والفتيات إلى مناطق الاحتفال بعيد الأضحى مثل المقابر والمناطق المطلة على النيل ومناطق التسويق.

وتجولت سيارات تحمل مكبرات للصوت شوارع ونجوع القريتين المتلاصقين الواقعين جنوب مدينة ارمنت في محافظة قنا بصعيد مصر محذرة من خروج النساء والفتيات في أيام العيد خشية تصويرهن بالهواتف المحمولة كما حدث من قبل.

وكان شاب قام بتصوير فتاة أثناء وقوفها في المقابر المشتركة للقريتين. وتسببت الصورة في معركة حامية بين القريتين أصيب فيها عدة شبان وتحطمت فيها العديد من السيارات.

الفصل الرابع عشر

أشكال منظومات التفاعل الالكتروني

أشكال منظومات التفاعل الالكتروني

1- فضاءات الحوار الجماعي:

تقوم فضاءات الحوار الجماعي على منطق الديمقراطية في المشاركة – إلى حد ما– بالتواصل ما بين الجمهور، وتأخذ فضاءات الحوار الجماعي شكل الدردشة أو الحوار، ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في أن أفراداً تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة، يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية، ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول موضوع ما، فيشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها أفقياً، إذ إن كل عضو هو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل.

ولم يستفد المتلقي العربي، وفقاً للتقارير العربية للتنمية الثقافية، بشكل فاعل من تلك الفضاءات الالكترونية في مجال التوعية السياسية والديمقراطية، إذ تشير الإحصائيات الحديثة المتعلقة بدوافع استخدام الفرد العربي للانترنت، إلى أن دافع الترفيه والتسلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة46 %، فيما سجل دافع التماس المعلومات نسبة 26% فقط.

2- الصحافة الالكترونية:

تتسم الصحف الالكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية، التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، وأكدت معظم الأبحاث والدراسات على أهمية الصحافة الإلكترونية.

أصبحت وسيطاً إعلامياً فعالاً، حيث مكنت الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أية مسافة وفي أي زمان أو مكان ..لاسيما بعد أن شهدت نمواً مضطرداً وتزايداً سريعاً في إقبال العديد من المؤسسات الصحفية على

استخدامها، وتتنوع الخصائص التي تتسم بها الصحافة الالكترونية، لتكون بمثابة الميزة الجديدة للنشر على شبكة الانترنت، **التي من بين أهم خصائص:**

- إمكانية إرسالها وتعرض القارئ لها طوال اليوم، فيما ينتظر المتلقي يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية اليومية.
- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار الصحفية في أي وقت.
- إمكانية إنتاجها بناء على طلب المستخدم ...على وفق ما يعرف بخدمة الأخبار عند الطلب(*News On Demand*) وتمكّن المستخدمين من اختيار المعلومات التي يريدون مطالعتها من بين المعلومات الكثيرة التي تقدمها الصحيفة.
- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات المستخدم، لأنها لا تحتاج إلى توزيع جماهيري تقليدي، فيما عرف بشخصنة الصحف الالكترونية، إذ يمكن لمنتج الصحيفة الالكترونية أن يجهز قائمة بالأخبار التي يختارها المستخدم مسبقاً لتكون جاهزة للعرض فور قيامه بالدخول إلى موقع الصحيفة.

ومن علامات التغيير الحاصل في النماذج التواصلية، إدماج مواقع الصحافة الألكترونية لآليات التواصل الأفقي والجمعي، فالفرق الجوهري بين صحيفة ما وموقعها الالكتروني يقع على هذا المستوى، وتقوم المواقع الإعلامية الألكترونية على نمط جديد من التفاعلية عن طريق خلق فضاءات الدردشة والحوار وإعطاء إمكانية المشاركة بالرأي للقراء، وتستثمر الوسائط الإعلامية الألكترونية بشكل أكثر عمقاً الأبعاد التفاعلية للشبكة إذ خلقت عدد من الصحف فضاءً للبلوغ يتمكن عن طريقه القراء من المشاركة بالرأي والتعليق حول مسائل عديدة، ويعني هذا تغيرًا في مفهوم الصحفية الألكترونية إلى فضاء هجين يتجاور فيه خطاب الصحافي مع خطاب (القارئ).

ومن أبرز خدمات الصحيفة الألكترونية هي :البحث سواء داخل موقع الصحيفة أو في شبكة الويب كلها، وقراءة النسخة المطبوعة من الصحيفة، والاشتراك في الصحيفة الورقية، وتقديم الإعلانات سواء للموقع أو للصخيفة الورقية، والأرشيف، والبريد الاليكتروني من خلال الموقع وخدمة الحوار مع المحررين والرد على المواد المنشورة، وتحقق الصحيفة الالكترونية يُسر الاستخدام، المتمثلة بمدى كفاءة موقع الصحيفة في عرض المعلومات واستعادتها بطريقة سهلة في بيئة الوسائط المتعددة ..وقد تزايدت أهمية هذه المواقع ودرجة إقبال المستخدمين عليها نظراً للمصداقية التي حققتها في السنوات الماضية، فضلاً عن الآنية التي تميز غالبية هذه المواقع وانفرادها بعرض التقارير ونشر الأخبار العالمية المهمة.

ومن الدراسات التي أُجريت على الصحف الألكترونية العربية تشير إلى أن:

التركيز على المضامين الإعلامية (السياسية والاقتصادية والعسكرية (على حساب المضامين الإعلامية) الرياضة والفن والحوادث والتسلية، وتغلب الطبيعة المحلية على المضامين الخبرية المعروضة على هذه المواقع، ويتراجع إلى حد كبير أهتمام مواقع هذه الصحف بمضامين التسلية والخدمات.

ورغم إن المؤسسات الصحافية العربية كانت قد بدأت مع أوائل الألفية الجديدة في السعي لنشر المحتوى الإعلامي الخبري والإعلاني على شبكة الأنترنت، وأخذت تستعين بالشركات المصممة لمواقع الويب على شبكة الأنترنت وبدأت أيضاً في حجز مساحات لها على الشبكة، إلا إن هناك من يرى أن الصحف المنشورة على شبكة الأنترنت ضمن حدود المجال الإعلامي العربي، قد لا تتفوق على المطبوعات التقليدية في توزيعها وشعبيتها ووصولها إلى جمهور عريض من المتلقين في وقت قريب، حيث مازالت هناك عقبات كثيرة تقف في وجه الصحيفة الالكترونية، منها إن

قراءة صحيفة على شاشة. الحاسوب لا يُعد أمراً معتاداً وفقاً لعادات التعرض لـــدى المتلقي العربي[1].

3- **البلوك أو المدونات**:

وهو أحد أشكال المنظومة التفاعلية الالكترونية الأكثر أهمية، إذ هــو موقـــع شخصي على شبكة الانترنت يتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعـــة، ويُعـــد تطبيقاً من تطبيقات الانترنت، يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى (المضامين)، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات (مدخلات – معلومات) مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر عدد منها يتحكم فيه مدير (ناشـــر) المدونـــة، ويتضمن النظام آلية الأرشفة المدخلات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسة للمدونة.

ويشير مصطلح المدونين إلى الأشخاص الذين يكتبون المـــدونات وينفـــذون برامج التدوين، ويشار إلى عالم المدونات بالمجتمع الذي يربط كل مـــن المـــدونين والمدونات المتاحة على الانترنت في أجزاء العالم كله، ولان أدوات التدوين بسيطة ومتاحة ومجانية فان المستخدمين يستطيعون الاتصال بسهولة مـــع الآخـــرين فـــي شبكاتهم الاجتماعية ومجتمعاتهم الجغرافية، حيث تمثل المدونات أنظمة اجتماعيـــة منظمة ذاتياً تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والـــتعلم عبـــر تبـــادل الأفكار والمعلومات، فضلاً عن حل المشكلات الاجتماعية والسياسية، ومن أهم مـــا يميز المدونات إنها توفر حالة من التفاعلية غير الموجودة فـــي وســـائل الإعـــلام الأخرى، إذ تسمح المدونات لقرائها بالتعليق على ما يطرحه المـــدون مـــن رؤى وأفكار وموضوعات بشكل آني دون قيود.

---

[1] د .شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي – الاتجاهات الحديثة، القـــاهرة، الـــدار المصـــرية. اللبنانية،2007 ، ص126.

وظهرت المدونات في عام1997 ، وكان جون بارغر هو أول من صاغ هذا المصطلح، إلا أن المدونات لم تنتشر على شبكة الانترنت إلا بعد العـــام1999 ، إذ بدأت خدمة الاستضافة في السماح للمستفيدين بإنشاء المدونات المختصة بهم بصورة سريعة وسهلة نسبياً، وذلك عندما طور بيرا لابس برنامجاً مختصاً بالتدوين وجعله متاحاً مجاناً لمستعملي الانترنت، مما أتاح لأي فرد إمكانية الـدخول علـى موقـع الكتروني معين (على سبيل المثال، ينظر في هذا الصدد: **,www.blogger.com www.technorati.com،www.blogpulse.com**)، **ويعمل على إنشـاء** مدونة مختصة به، وطبقاً لمعظم التقديرات المختصة بتاريخ التدوين عدت أحـداث الحادي عشر من أيلول 2001 هي السبب الرئيس وراء تحول الأفراد إلى ظـاهرة التدوين على شبكة الانترنت، إذ اتجه البعض للتدوين لسببين هما:

1. التعبير عن مشاعرهم تجاه الهجمات الانتحارية التي تعرضت إليهـا الولايـات المتحدة الأمريكية في تلك الأحداث.
2. لوصول إلى المعلومات التي تحجبها عنهم وسائل الإعلام التقليدية.

لقد بقي المجال الإعلامي العربي بعيداً عن تطور المدونات، وتشير التقـارير العربية للتنمية الثقافية إلى أن ظاهرة المدونات صارت الظاهرة الإعلامية الأهم على شبكة الانترنت، إلا أن المجال الإعلامي العربي لم يفد من تلك الظاهرة بعد بالشكل الأمثل، ففي وقت تم فيه إحصاء (490) ألف مدونة عربية، فان تلك المـدونات لا تشكل سوى ما نسبته (% 0.7) من مجموع مدونات العالم، وان هناك (162) ألف مدونة منها في مصر، وهو ما يشكل (% 31) من إجمالي المدونات العربية.

4- تقنية S.N.G للبث التلفزيوني المباشر:

مثّل دخول شركات خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي إلـى المجـال الإعلامي العربي الجديد عاملاً جديداً مهماً في تطور القنوات الفضائية العربية بشكل عام، والبرامج التلفزيونية بشكل خاص، إذ أدخلت هذه الشركات مع مطلـع القـرن

يمكن، S.N.G الحادي والعشرين تقنيات اتصالية متقدمة، باعتماد ما يعرف بخدمة نقلها بسهولة إلى أي مكان في العالم.

وتتعامل تقنية هذه الخدمة مع الأقمار الصناعية بموجب ترددات بث واستقبال فضائي، لنقل التغطيات الإخبارية وتوفير المضامين المرتبطة بالتعليقات والتحليلات السياسية، وغيرها من تلك المتعلقة بالأحداث المهمة للبرامج التلفزيونية، لتضيف خدمات إعلامية مهمة للقنوات الفضائية العربية، كانت محددة فقط في القنوات الفضائية. :الإخبارية الدولية، مثل CNN و BBC.

لقد كان للإمكانيات التقنية الجديدة التي حدثت في مجال الإنتاج التلفزيوني المردود الكبير في تطور الأشكال والمضامين البرامجية التلفزيونية، فقد تمكنت الفضائيات العربية بفضل تلك الشركات، فضلاً عن تعددية المصادر التي وفرها المجال الإعلامي الجديد، من تكوين شرائح مهمة من المتلقين، كانوا في عقود سابقة يتلقون المضامين الإعلامية المتعلقة بواقعهم من مصادر إعلامية دولية، بعد أن فتحت ظروف وشروط إنتاج مواد تلفزيونية كافية الباب واسعاً في البلدان التي لا تمتلك الإمكانيات المادية والبشرية المطلوبة، إلى استيراد المادة الأجنبية الجاهزة.

5- **العالم في صورة**:

تعمل شركات خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي عبر مكاتبها الإقليمية والفرعية المنتشرة في أغلب المواقع العربية المهمة على تقديم خدمات البث المباشر، عن طريق إجراء تغطيات إخبارية مباشرة وتوفير صور تلفزيونية للأحداث المهمة، وتوفير المعلّقين والمحليين السياسيين والعسكريين والاقتصاديين والرياضيين .. وغيرهم، لإجراء البرامج التلفزيونية الحيّة المباشرة على الهواء، من دول ومدن مختلفة في البلدان العربية والعالم، وهي تعمل في هذا الجانب انسجاماً مع مهام التلفزيون الإخبارية والسياسية، وتساعد في تحقيق محورين رئيسين من هذه المهام هما:

1- تقديم الأخبار والأحداث السياسية بشكل مشاهد مصورة مع المؤثرات الصوتية للقنوات الفضائية العربية، بعد أن جعل التلفزيون الأحداث المهمة متاحة للناس العاديين في أنحاء العالم، بفضل الكاميرات الصغيرة وأجهزة الإرسال المحمولة وشبكات الأقمار الصناعية، والتوفر التام- تقريباً -لأجهزة التلفزيون، الأمر الذي مكنهم من الاطلاع الدائم على الأحداث السياسية المهمة والتعرف على العالم، (وأعطى المشاهدين الشعور بألام شهود عيان على التاريخ الذي يمر أمامهم من على الشاشة، وتملكهم الإحساس في المشاركة في الأحداث، وبالمعرفة الشخصية *Vicarious Participation* بالنيابة. في الحياة العامة).

وقد توسعت- بالفعل -العديد من التفاعلات الحقيقية بين الشعوب إلى ما هو أبعد من الحدود السابقة بفضل التلفزيون، على خلاف ما كان عليه البشر في مدد زمنية سابقة، إذ يقدر العلماء إن الشخص المتوسط، الذي كان يعيش خلال العصور الوسطى، لم ير أكثر من مائة شخص طوال حياته ...وان فرصة إن يكون المرء مشهوراً كانت متاحة فقط للملك والبابا، وبالطبع لقديس واحد أو أثنين، وفي فترات سبقت انتشار التلفزيون كان على الناس أن يروا واشنطن وجي فرسون- على سبيل المثال شخصياً ليعرفوا كيف يبدوان.

الإسهام في تحقيق وظيفة التلفزيون بعده وسيلة فعالة لتفسير الظواهر والتعليق والتحليل، لكثير من جوانب الحياة العامة للمواطنين داخل مجتمعاتهم وفي خارجها،))فثمة مأثرة استثنائية ميزت التلفزيون :وهي توسيع المعرفة الوجودية إلى ما وراء الآفاق كافة ..وتتحرك مصادر هذه المعرفة، التي لا نهاية لها من الصور الحية، بصمت، وبسرعة، وبدون جهد، عبر الممرات المتشابكة والمعقدة ...وتستطيع أن تعبر حواجز القراءة والحركية الشخصية المحدودة والمقيدة، وان تفتح آفاق إنسانية جديدة على نطاق كان غير معروف سابقاً).

6- مهمات أكثر فاعلية:

أسهمت تلك الشركات في تفعيل المهمتين السابقتين للقنوات الفضائية، تختلف : من حيث آليات عملها عن الوكالات الدولية المصـــورة التقليديـــة للأنبـــاء مثـــل *Reuter،APTN &*، التي تقدم خدمات تلفزيونية– في الغالب –لمشتركيها جميعهم، عن طريق بث مشّفر عبر الأقمار الصناعية، يمكن للقنـــوات الفضـــائية والمحليـــة المشتركة بخدماتها تلقيها ومعالجتها وتقديمها، بموجب عقود سنوية أو طويلة الأمـــد تبرم بين الوكالات المصورة وبين الفضائيات المستفيدة، الأمر الذي يـــوفر عامـــل تكرار عرض الصورة التلفزيونية، والمتحدثين من شهود العيـــان وغيـــرهم علـــى الوقائع، للحدث ذاته في قنوات فضائية متعددة.

في وقت يمكن أن توفر فيه شركات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي صوراً وتغطية خاصتين– في الغالب –للقناة المستفيدة بموجب عقد سنوي أو تصفية حساب مالي سنوي يحتسب على أساس عدد الدقائق التي تلقت فيهـــا القنـــوات الفضـــائية لخدمات البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية.

لقد بدأت أهمية تلك الشركات بالتزايد في عدد من البلدان العربية التي تشـــهد أحداثاً مهمة تتطلب تواجداً إعلامياً يوازي تلك الأهمية، ومنها العراق، الأمر الـــذي دفع بوكالات الأنباء المصورة الكبرى إلى عقد بروتوكولات تعاون معهـــا، لتبـــادل خدمات الصورة التلفزيونية وتوفير مجال البث الفضائي المباشر للبرامج الإخبارية والسياسية والرياضية للقنوات الفضائية من مواقع مختلفة من العالم.

ويكون هذا التعامل عن طريق تقديـــم أحد الجانبيـــــن، شـــركات البـــث أو الوكالات (أ)، الخدمات التلفزيونية الفضائية لعملاء الجانب الثاني (ب)، فـــي حـــال تعذر تقديمها من قبل الأخير(ب)، وإشعار القناة الفضائية المســـتفيدة مـــن الخدمـــة التلفزيونية بتردد القمر الصناعي الذي يمكن خلاله تلقي خدمة البث الفضائي، ووقت بدء وانتهاء إرسالها و استقبالها، باعتماد توقيت غرينتش العالمي (أ) لنســـب مـــن

الأجور المحددة لهذا البث، أو دادها من خدمة فضائية مقابلة من قبل الجانب الثاني(ب) في وقت لاحق.

ويجري تنفيذ هذه البروتوكولات في حالات معينة، منها الخلل التقني أو الفني، أو إشغال الترددات جميعها المسموح لأي من الجانبين استعمالها، أو في حال عدم توافر مكتب خاص به في المدينة المراد تنفيذ التغطية الإخبارية فيها، أو تعذر وصول معدات البث الفضائي وتقنياته، والمعروفة بتقنية البث عبر جهاز.(*S.N.G*) إلى مكان ما.

وتكمن دوافع اتجاه تعاقد القنوات الفضائية العربية، مع شركات خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي، وعدم الاعتماد على آليات فتح المكاتب في الخارج، في عوامل فنية وإدارية ومالية وأمنية ..وتتحد العوامل الفنية في أن توفير التغطية الإخبارية و البرامجية الخارجية للقنوات الفضائية يتطلب مصادر تقليدية، يمكن تحديد

أهمها في:

1. طاقم التغطية الإخبارية: *T.V News Crew* الذي يهتم بتغطية أبرز الأحداث الداخلية والخارجية، وتعد هذه الاطقمة الأساس في استقاء المعلومات المختصة بتغطية أية أحداث تلفزيونياً، وغالباً ما يتكون طاقم التغطية الإخبارية من المندوب أو المراسل والمصور *Camera Man* ومسجل الصوت - *Re Sound Curdiest* وموزع الإضاءة،*Lighting*، ويطلق على المصور ومسجل الصوت وموزع الإضاءة بطاقم التصوير *Camera Crew*.
2. وكالات الأنباء العالمية المصورة :والتي من أبرزها وكالة فيزنيوز الانكليزية *Vis News* والوكالة الأنكلو – أمريكية–*Word – Wide T.V* ووكالة رويترز .*Routers* والخدمة التلفزيونية والأوربية،*E.Te.S*

3. التبادل الإخباري: *News Exchange* الذي يتم باستخدام البث الالكتروني عبر الأقمار الصناعية أو شبكات الميكروييف، *Micro Waves* أو ما يعرف بشبكات الأخبار اللاسلكية، *Cable News Network* أو عن طريق الشحن الجوي*Air Fright Shipment Of News*.
4. رصد المخططات أو الشبكات الإخبارية التلفزيونية العالمية والقنوات الفضائية (الإنصات)، وما يمكن أن يوفره من معلومات وصور ومتحدثين للقناة الفضائية. إن تأمين تعامل القنوات الفضائية مع هذه المصادر في تغطياتها الإخبارية والبرامجية الخارجية يستلزم توفير معدات فنية وتقنيات وإشراف إداري وفني كبيرين عليهما، قد يشغلها عن متابعة تغطياتها المحلية، لاسيما ما يتعلق بالفضائيات الحكومية والكبرى، في وقت عملت شركات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي على تأمين تلك المصادر للقنوات الفضائية، ووفرت الخدمة التلفزيونية الخارجية الخاصة بشكل يومي جاهزة إلى القناة المستفيدة، من مواقع الأحداث المهمة.

ويتطلب فتح القنوات الفضائية لمكاتب في العديد من مدن العالم المهمة، وتوفير الأطقمة المختصة بها تمويلاً شهرياً كبيرًا وثابتاً، حتى وان لم تشهد تلك المدن أحداثاً وقضايا مهمة تستحق التغطية لفترات طويلة، في حين تعمل تلك الشركات على تأمين التغطية من مدينة ما عبر مكاتبها وعن طريق بروتوكولاتها المختلفة على تأمين الخدمة التلفزيونية الخاصة وقت الحاجة إليها، مقابل أجور تكون في النتيجة أقل بكثير من اعتماد القنوات لمكاتب لها، لاسيما في المدن التي تشهد أحداثاً مهمة، لكنها غير مستمرة.

لقد عملت تلك المزايا التي وفرتها شركات خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني الفضائي، على تطور البرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية العربية، بعد أن مكنت هذه القنوات من توفير متحدثين ومشاركين في برامجها من مراكز الأحداث والمدن العالمية المهمة، وبشكل مباشر، وباللغات الحية المختلفة باستخدام الترجمة الفورية

عبر الأقمار الصناعية، ومكنت من إجراء استطلاعات تلفزيونية للبرامج المختلفة عبر مكاتب تلك الشركات في الخارج، وبدأت أغلب القنوات الفضائية العربية باستحداث برامج تلفزيونية جديدة، بعد بدء تعاملها مع هذه الشركات، ومن هنا نعتقد أن خدمة (*S.N.G*) التي وّفرتها أصبحت إحدى مكملات عمل التلفزيوني الفضائي المعاصر[1].

---

[1] عدت جمعيات تعنى بحريات الإعلام في العراق قراراً أصدرته قيادة عمليات بغداد في أواخر العام2009 في شوارع العاصمة بغداد بإصدار تخويل عسكري، عملاً بالضد (*S.N.G*) باشتراط حركة انتقال أجهزة من أسس حريات الإعلام والتعبير بشكل عام وطالبت بالغاءه، الأمر الذي يؤشر أهمية دور الخدمة الإعلامية التي يمكن أن تقدمها تلك الأجهزة للإعلام التلفزيوني الفضائي المعاصر.

الفصل الخامس عشر

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

الفصل الخامس عشر

الشبكات الاجتماعية على الإنترنت

الشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع رقمية على الإنترنت تتيح للمشتركين يشتركون من خلالها مع آخرين بمواد متنوعة نصية، وسمعية، ومرئية، وأشياء مختلفة.

كان أول ظهور للمواقع الإجتماعية عام 1415 ه 1995) م حيث ظهر موقع Classmates.com ثم تلاه موقعSixDegrees.com اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء، ولكن تم إغلاقها؛ لأنها لم تأتي بأرباح لمالكيها.

بعد عدة سنوات تم إنشاء العديد من المواقع التي انتشرت انتشارا واسعا في العالم وجمعت الملايين من المستخدمين وكان من الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغييّراً كبيراً في كيفية الاتصال و المشاركة بين الأشخاص و المجتمعات و تبادل المعلومات.

لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدين الأخيرين، خاصة مع انتشار الإنترنت، حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت إفرازاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية. ولعل من أهم إفرازات هذا العالم الذي لا يكادر يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية التي يشترك عبرها ملايين الناس كل حسب اهتماماته وميوله، فما هي هذه الشبكات؟ وما مراحل تطورها؟ وما أهميتها وآفاقها المستقبلية؟.

التطبيقات الاجتماعية على الإنترنت، هي أهم خصائص ثورة الويب، أو 2.0 Web، والذي أصبح مصطلحاً يشير إلى الخصائص التي تتيح فاعلية أكب

راللمستخدمين وتفاعلية بينهم، كالتصميمات الخاضعة لاختيارات المستخدمين، والتي تتيح لهم الإرسال لا مجرد الاستقبال، وتكوين شبكات من الأصدقاء والمعارف والتواصل معهم.

ولم يكن التطوير التقني مجرد ابتكار منفصل عن التطورات الاجتماعية في العالم، فكلما يرى مانويل كاستلز – عالم الاجتماع الأمريكي، الذي يعد الأكثر شهرة الآن في ربط البحث الاجتماعي بعلوم الاتصال والإعلام- أن انتقال المجتمعات من النمط الصناعي التقليدي إلى " مجتمع الشبكة" الذي يفتقد المركز الواحد في الاجتماع والاقتصاد والسياسة، حدث بشكل متزامن مع التحول في عالم الاتصال من نمط وسائل الإعلام Media Mass (الذي فيه المعلومة من مركز أو مراكز الجموع) إلى نمط الاتصال الشخصي الجماهيري، شخصي لأن كل شخص هو مرسل ومستقبل، وجماهيري لأن الرسالة تصل إلى الجمهور الذي يختار بشكل شخصي، أيضاً، استقبال هذه الرسالة أو تلك من بين بدائل لا حصر لها، وهو ما يعني توازنا جديداً بين الفردية والجماعية.

ربما يكون مصدر جاذبية الفيس بوك وشعبيته الجارفة هو أنه أمبر التطبيقات قرباً لفكرة مجتمع الشبكة، فهو شبكة اجتماعية على الإنترنت تحاكي الشبكات الاجتماعية المنسوجة بين الأفراد في الواقع، كما أنه يركز بشكل جيد على الذات أو "الفردية" ويتيح لها أن تعبر او تستعرض نفسها بشكل جيد، بالإضافة على أنها توفر وسيطاً سهلاً "الجماعية" من خلال تطبيقات التواصل وتبادل التعبير والتعليق والنشر ضمن شبكة الأصدقاء.

والشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذي يجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل،و إجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالإجتماعية، أنها

تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء في العالم فيس بوك (Facebook.com) وتويتر (Twitter.com) ومَاس سبيس (Myspace.com) وغيرها...

وعند الحديث عن الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ولا يمكننا إغفال موقعين هما من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها انتشاراً توسعاً، موقع "ماي سبيس" "والفيس بوك" على عكس ماي سبيس، الفيسبوك بدأ بداية غريبة من نوعها حيث تم إنتشاءه بواسطة طالب في إحدى الجامعات يدعى Mark Zuckerberg وكان يهدف من إنشاء هذا الموقع إلى إيجاد وسيلة للتواصل بين طلاب جامعته الحاليين والخريجين. قام وقتها وبجهود شخصية إلى إدخال كافة أسماء الطلاب إلى الموقع ومن ثم دعوتهم للانضمام والاستفادة من الخصائص المقدمة عن طريق الموقع والتعرف على زملاءهم السابقين والحاليين. الفكرة لاقت رواجاً وسرعان ما انتشرت في أوساط طلاب الجامعات، وتوسع نشاطها بعد ذلك لتقوم بمنافسة مجموعة شبكات اجتماعية أخرى كانت موجودة في تلك الفترة في الولايات المتحدة من عام 2004 م وحتى عام 2009 م يقارب عدد المسجلين في الموقع 200 مليون مستخدم.

كما يقال أن أول ظهور لهذه الشبكات في بداية التسعينيات الميلادية، ففي عام 1995م صمم راندي كونرادز موقع Classmates.com وكان الهدف منه مساعدة الاصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتيه معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً.

بعد ذلك توالي تأسيس مواقع الشبكات الاجتماعية، إلى أن أصبحت هذه الشبكات تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت، وبرز دور هذه الشبكات الفاعل في الظروف الطارئة والأحداث العالمية، ولعل آخرها تكاتف مستخدمي هذه

الشبكات لقيادة حملة تبرع كبيرة لضحايا ومنكوبي زلزال هايتي، حيث تـم جميـع ملايين الدولارات الضحايا هذه الكارثة من خلال هذه المواقع.

في الوقت الراهن، أصبحت الشكبات الاجتماعية وسـيلة فعّالـة للتواصـل الاجتماعي كما أنها تتيح – بفضل ما تتمتع به من ذكاء – ربطك بزملاء وأصدقاء لم فقدت الاتصال معهم منذ فترة طويلة.

والشبكات الاجتماعية تماماً كمحركات البحث– والتي تزداد فعاليتهـا كلمـا زادت عدد المعلومات، والمواقع التي تقوم بفهرستها والمرور عليهـا – الشـبكات الاجتماعية هي الأخرى تظهر قيمتها كلما ازداد عدد المسجلين فيها.

قد تكون الشبكات الاجتماعية في المستقبل القريب أول وسيلة يمكن اللجـوء إليها في حالة رغبة شخص أو جهة ما التواصل مع فرد من الأفراد والبحث عنه.

موقع مثل Linkedin يتيح للشركات الوصول لملايين المستخدمين المحترفين كما أيضاً للمحترفين في مختلف المجالات لتلقي العروض الوظيفية وتكوين علاقات عمل مع زملاء من مختلف أنحاء العالم.

الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:

والمتابع والمستخدم للشبكات الاجتماعية يجد أنها تشـترك فـي خصـائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخـرين بمميـزات تفرضـها طبيعـة الشـبكة ومستخدميها. أبرز تلك الخصائص.

أ- الملفات السخصية/ الصفحات الشخصية:

ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشـخص ومعرفـة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصـورة لشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. يعد الملف الشخصي بوابة الـدخول عالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشـاط

الشخصي مؤخراً، من أهم أصدقاءه وما هي الصورة الجديدة التي رفعها إلى غيرها ذلك من النشاطات....

ب- الأصدقاء/ العلاقات:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين. الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك..

ت- إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن..

ث- ألبومات الصور:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاكرة هذه الصور مع الأصدقاء للاصلاع والتعليق حولها.

ج- المجموعات:

تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محدودة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

ح- الصفحات:

ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تفسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقوم بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

سناريو يوضح عمل الشبكات الاجتماعية:

ولا يتطلب الانضمام لهذه الشبكات جهداً يذكر، إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها أو قبول دعوة أحد مستخدميها ثم اختيار المجموعة التي يرغب التواصل معها، ليدخل بذلك عالماً لا يخلو من إثارة في بعض الأحيان.

ولئن كانت هذه الشبكات مفتوحة في الغالب أمام الجميع، فإننا كثيراً ما نجد مجموعات تتعمد عزل نفسها حسب الجنسية أو العمر أو المستوى التعليمي...الخ. حتى لو يكن ذلك هو قصد المصمم أصلاً.

- تقوم بالتسجيل في شبكة اجتماعية...
- تقوم بدعوة زملائك بأكثر من طريقة....
- إدخال بريدهم الإلكتروني وإرسال دعوات لهم بشكل يدوي.

أو

- إدخال رقمك السري واسم المستخدم الخاص ببريدك الالكتروني ليقوم نظام الشبكة الاجتماعية بالتعرف على قائمة الاتصال لديك ومعرفة الأشخاص المسجلين في الشبكة الاجتماعية من من هم في قائمة الاتصال لديك

فيرشدك لمفاتهم الشخصية، ومن منهم لهم يسجل فيتح لك إرسال دعوة لهم..

أو

- تبحث في محرك البحث الخاص بالشبكة الاجتماعية عن زملائك عن طريق إدخال أسمائهم في محرك البحث، أو تقوم بتصفح الشبكات (شبكة مدرستك أو جامعتك او مدينتك) لترى المنتمين لها وعن طريقها تصل لزملائك أو أصدقائك...
- صديق جديد يضاف لقائمة الأصدقاء لديك...
- من خلال الإطلاع على قائمة أصدقائه، تجد أنك تعرف صديق آخر، فتقوم بإضافته..
- صديقك، يجدك في قائمة صديق آخر له ويضيفك لقائمة أصدقائه..
- تشارك في مجموعة اهتمام، تتعرف على صديق جديد تشترك معه في اهتمامات تضيفه لقائمة أصدقائك..

هل ستغير الشبكات الاجتماعية الإنترنت؟

تلعب الشبكات الاجتماعية في الفترة الحالية دور عام ومهم لدى مستخدمي شبكة الإنترنت، هذا الدور يمكن تلخيصه بالمدة التي يقضيها المستخدم في تصفح واستخدام الشبكات الاجتماعية وكذلك كمية المعلومات التي يقوم المستخدمين بضخها في تلك المواقع ونشرها وتبادلها.

الشبكات الاجتماعية حققت أعلى نسبة في جانب الوقت الذي يمضيه مستخدم الإنترنت الأمريكي على شبكة الإنترنت، ففي إحصائية تمت بين شهر فبراير للعام 2007م، وفبراير 2009م، تقارن النسبة التي يمضيها المستخدمين الأمريكيين في تصفح: جوجل، ياهو، ماي سبيس، وفيس بوك، ظهرت النتائج أن مستخدمي الإنترنت يمضون الجزء الأكبر في تصفح ماي سبيس وفيس بوك، إضافة إلى ذلك، مقابل التصاعد الواضح في نسبة الوقت الذي يمضيه المستخدمين في استخدام شبكة

الاجتماعية مثل الفيس بوك، تدنى حاد لنسبة مستخدمي شبكة اجتماعية أخرى وهي الماي سبيس.

والمواقع الاجتماعية كثيرة جداً ولكن يأتي موقعي الفيس بوك (facebook) والتويتر(twitter) كأبرز تلك المواقع على مستوى العالم وقد زاد الإقبال عليهما بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة رغم حداثة تأسيسهما، حيث تأسس الأول عام 1424ه 2003 م وقد أثير الكثير من الجدل حول الموقع على مدار الأعوام القليلة الماضية لدرجة أن بعض البلدان قامت بحجبه عن مواطنيها كإيران وكما حدث في تونس وباكستان . وقد تزايدت شعبية الموقع ليحتل المركز الثاني على مستوى العالم بعد غوغل كما يحتل المرتبة الثالثة في المملكة السعودية ويضم أكثر من نصف مليار مستخدم، ثلاثة ملايين منهم من المواطنين والمقيمين في هذه البلاد النسبة العظمى منهم من الشباب.

وبالنسبة لموقع التويتر فهو موقع بدأ يلفت الأنظار إليه بشكلٍ أكبر في الآونة الأخيرة وصعدت نسب الإقبال عليه بشكلٍ كبير حيث يحتل المرتبة التاسعة عالمياً، يشير إلى أن عدد مستخدميه يزيد على (170) مليون مستخدم في أنحاء العالم. لكنه يشير إلى أن نسبة نمو أعضاءه هناك ارتفعت بشكلٍ كبير خلال الأشهر الماضية 240 % ويعتقد بأن هذه النسبة قد زادت خاصة بعد الأحداث الأخيرة المتعلقة بالثو رات العربية.

مواقع الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك، والتويتر، واليوتيوب)

تحظى هذه المواقع بأهمية خاصة في المجتمعات العربية ولها حظوة وتأثيرات واسعة جداً، لدرجة صارت المواقع الأولى تقريباً بلا منازع في معظم البلدان العربية وقد قمت بإحصائية حول ذلك حيث اتضح أنها تحتل المراكز الأولى في معظم البلدان والجدول التالي يوضح ترتيب تلك المواقع من حيث كثرة الزيارات عليه في العالم العربي.

هذه إحصائية قام بها الباحث في شهر رجب 1432 هـ يونيو 2011 م

تظهر أهمية الشبكات الاجتماعية لدى الشعوب العربية. يوب تويتر

البلد	فيس بوك	يوتيوب	تويتر
السعودية	3	2	23
مصر	1	3	23
تونس	1	4	13
اليمن	2	3	19
سوريا	2	4	19
لبنان	1	5	14
البحرين	2	3	10
العراق	1	5	20
الأردن	1	3	17
عمان	2	3	29
قطر	2	3	11

ومن هذا الجدول تتضح أهمية تلك المواقع ودورها في التأثير على المجتمعات العربية خاصة الفيس بوك واليوتيوب؛ فهما يحتلان المرتبتين الأولى والثانية في معظم البلدان العربية، ويتجاوز مستخدمي الأول في البلدان العربية (24) مليون مستخدم.

والحقيقة أن ما يميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها ثلاثة أمور لعلي أوجزها هنا:

أولها: أنها تمكن الشخص من الوصول إلى متصفحي ومرتادي الإنترنت في كل مكان في هذه المعمورة بسرعة وبسهولة.

ثانيها: أنها لا تكلف الشخص أي مبالغ مالية لإنشاء صفحة خاصة به.

ثالثها: وهو الأهم من ذلك كله أنها لا تحتاج لأي خبرة فنية عند التاسيس أو الحماية اليومية والتحصين التي يحتاجها الموقع الخاص.

الفصل السادس عشر

الإعلام التفاعلي

Interactive Media

الإعلام التفاعلي

Interactive Media

أولاً: مقدمة في تطور الإعلام والمعلومات:

مرت وسائل الاتصال بعدد من الثورات بعد مرحلة الإشارات والعلامات ابتداء من اختراع جوتنبرج للطباعة والمطبعة مرورا باختراع اللاسلكي الذي تطور لاختراع الراديو والتلفزيون ثم الأقمار الاصطناعية والانترنت والألياف الضوئية، والتزاوج بين الانترنت كوسيلة اتصال حديثة وبين الوسائل التقليدية.

لقد مثل ظهور الكمبيوتر أهم حدث منفرد في تاريخ التكنولوجيا، فقد كانت أجهزة الكمبيوتر العامل الأساسي للتغير خلال الخمسين سنة الماضية وبخاصة في مجال المال والتجارة والاقتصاد وفي إطار عملية التطوير والتأثير في المجتمع بصفة عامة ولذلك نطلق على هذا العصر عصر المعلومات في كل الميادين The Information Age ومن ذلك ميدان الهندسة الوراثية والطب والفضائيات Aerospace وتكنولوجيا المركبات ذات الدفع Automotive Technology وكثير غيرها، وما يزال تأثير الكمبيوتر يزداد ويتسع ويتنوع وأصبحت صناعة الحوسبة تلخيصا للتكنولوجيا الفائقة High Technology.

يتفق العلماء على أننا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي، ونحن نعيش فعلا مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال، وتشكل المعلومات أساساً في التنوير والتطوير، ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب فانه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شئ بعيدا عن العشوائية والارتجالية، ويشير مصطلح تفجر المعلومات Information Explosion إلى اتساع المجال الذي

تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني مما يؤدي إلى النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري، وتشتت الإنتاج الفكري، وتنوع مصادر وأشكال المعلومات كالدوريات والكتب والبحوث والبيانات والندوات والمؤتمرات والرسائل العلمية الجامعية وبراءات الاختراع، والمواصفات القياسية مما يحتاج إليه مجتمع المعلومات Information Society.

التكنولوجيا Technology هي بوجه عام المعرفة وأدوارها التي يستخدمها الإنسان للتأثير في العالم الخارجي، ولها عنصران يكمل بعضها بعضا، العنصر المادي المتمثل في الآلات والمعدات والعنصر العلمي والمنهجي الذي يشمل الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادية، لذا نجد أن تكنولوجيا الاتصال Communication Technology تقوم على عاملين:

الأول: الفكري والمعرفي ويتمثل في علم الاتصال.

الثاني: المادي والتقني المتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال المعلومات وصولا إلى تكنولوجيا المعلومات ومرحلة التفاعلية.

ماهو الاتصال:

- جوهر عملية الاتصال Communication Process هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.
- الاتصال هم العملية الأم أو الرئيسة التي تشتمل على عمليات فرعية أو أنشطة متنوعة مختلفة من حيث الأهداف وتتفق جميعا فيما بينها على أنها

عمليات اتصال بالجماهير، ومن ذلك الإعلام بأنواعه ومستوياته والحرب النفسية والدعوة والعلاقات العامة.

- المعلومات Information هي المادة الخام لعملية الاتصال بأشكالها وألوانها تهدف إلى توصيل الإشارة أو الرسالة وهي المعلومة والإعلام عنها، وتتصل المعلومات بجوهر أي تعامل بشري بين فرد وجماعته أو بين مجموعة ومجموعة أخرى.
- يشترك كل من علم الاتصال وعلم المعلومات في الاستفادة والاستناد إلى نظرية المعلومات Information Theory وهي فرع من النظرية الإحصائية لعلوم الاتصال لصاحبها " كلود شانون Claude Shannon " عام 1948 التي تهدف إلى قياس محتوى المعلومات في الرسائل الاتصالية، والاستخدام الأساسي لهذه النظرية في علوم الاتصال وبخاصة تصميم أجهزة الاتصالات ذات الذكاء والكفاءة.
- نخلص من ذلك إلى أن تطور وسائل الاتصال أدى إلى تجسيد نظرية مارشال ماكلوهان (العالم قرية صغيرة) أي أن تكنولوجيا الاتصال كسرت الحدود والمسافات والمستويات فكان الهاتف أهم وسيلة اتصال انتشرت في بداية القرن العشرين والتلفزيون في منتصفه، والانترنت في أواخر القرن العشرين فتحول العالم بذلك إلى القرية الالكترونية والتي يسودها هذه الأيام ثورة وسائل الاتصال الجماعي ومن أبرزها " الفيس بوك، وتويتر"، وغير ذلك **ومن أهم سمات التطور التكنولوجي الاتصالي في المرحلة الالكترونية كما يلي:**

1- اختراع وسائل اتصال جديدة وفق وظائف جديدة.

2- مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تطوير الإنتاج الإعلامي.

3- خدمت شبكة الانترنت وسائل الإعلام الجماهيري وعملت على تطويرها وعولمتها، والإنسان حر في اختيار الوسيلة المناسبة.

4- حجم المعلومات المتاحة زاد من فرص الحصول على التكنولوجيا الاتصالية الجديدة في عملية إرسال المعلومات واستقبالها.

5- هذه التكنولوجيا تسعى إلى تحطيم الحواجز وتخليص الإعلام من التلقي السلبي إلى التلقي الايجابي أي عملية التفاعل، فالمشارك لم يعد سلبيا بل هوايجابي انتقالي.

6- ظهور الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة Narrowcasting.

7- أدى التطور إلى عولمة وسائل الإعلام عن طريق الاتصال والتواصل بالإمكانيات التكنولوجية المتطورة والتكنولوجيا التفاعلية Interactive Tech، وتكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط Multi Media Communication Tech، وهي التي أدت إلى تحطيم الحواجز بين ماهو جمهوري أو لا جمهوري Demassfigation.

مما تقدم بشكل فإن التطور التكنولوجي أدى إلى دور شديد التأثير في وسائل الإعلام التي أصبحت بالفعل السلطة الأولى قبل سلطات التشريع والتنفيذ والقضاء بفعل قدرتها على التأثير والتغيير كما نرى هذه الأيام في ثورات الشباب بفضل وسائل التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " وهو ما يؤكد المقولة المشهورة عن الزعيم البولندي البارز " ليش واليسا: عندما سئل عن أسباب انهيار الأنظمة الشيوعية في دول شرق أوروبا والاتحاد السوفييتي فقال باختصار:

" إن كل ماحدث بدا من التلفزيون "

ومع تطور البث الفضائي والسماوات المفتوحة والتعددية الإعلامية وسهولة إطلاق الفضائيات عند توفر المال والتقنيات اللازمة، انطلق في السنوات الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي ومن أبرزها " الفيس بوك " الذي لعب دورا مهما وفاعلا في ثورات الشباب التي تطوف في البلاد العربية والنامية وتهدد الدول الكبرى في بعض الأحيان.

ومن هنا تأتي أهمية دراسة " الإعلام التفاعلي " في هذا الكتاب تحت العناوين الآتية:

ثانياً: مفهوم الإعلام التفاعلي

شهد العالم منذ منتصف القرن العشرين قفزات تكنولوجية هائلة من أهمها نظم الاتصالات فظهر مجتمع المعلومات Information Society، نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات الفضائية ذات القدرة الفائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان، وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية القادرة على تخزين البيانات بكثرة وسهولة في الاسترجاع وفي ثوان قليلة، وساعد ذلك على ظهور شبكة المعلومات عن طريق وسائل الاتصال الفورية على الأرض أومن خلال الفضاء فأضافت هذه الشبكات بعدا مهما على قدرة الإنسان على توسيع معارفه وتخزينها وترتيبها وإنتاج المعلومات وبثها والتعامل معها في الحال.

الانترنت شبكة اتصالات عالمية ضخمة جدا تربط عشرات الآلاف من شبكات الحاسبات المختلفة الأنواع والأحجام فهي نظام اتصالي يسمح لأجهزة الكمبيوتر بتبادل الاتصال بعضها مع بعض فهي وسيلة اتصالية تعاونية تضم مجموعة هائلة من شبكات الكمبيوتر المنتشرة عالميا، فالانترنت ليست وسيلة اتصال منفردة Single Medium، بل هي مجموعة واسعة المدى من وسائل الاتصال، وهذا يؤكد أن مصطلح شبكة المعلومات يشير إلى اشتراك مؤسستين أو أكثر من مؤسسات المعلومات كالمكتبات أو مراكز وبنوك المعلومات في نظام تعاوني يسمح لأي طرف عضو في الشبكة أن يسترجع ما يحتاج إليه من المعلومات، أما مصطلح الشبكات Networks هو البديل لمصطلح النظم Systems.

وهناك نوعان من الشبكات، إحداهما للمعلومات العامة، والثاني للمعلومات المتخصصة، يتركز حوالي 60% منها في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا حوالي 26%، وباقي الدول 14%.

- أما شبكة الانترنت Internet فهي أكبر شبكات المعلومات في العالم وأكثرها تشعبا وانتشارا تقوم على أحدث تكنولوجيا الاتصال في بث المعلومات إلى ملايين المشتركين فهي الشبكة التي تنسج خيوطا حول العالم تتفاعل على المستوى العالمي من خلال شبكة واسعة من أجهزة الكمبيوتر ذات الاتصال المتبادل.

ماهو الاتصال التفاعلي؟ Interactive Communication

- وفق الخدمات لنظام الاتصال عبر الانترنت والأهداف التي تتحقق من خلال الاستخدام المتواصل، هناك ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الانترنت للمستخدمين كما يلي:

1. **الاتصال** من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.
2. **التفاعل:** أي استخدام الانترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.
3. **الإعلام والمعلومات:** استخدام الانترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.

***ماهو التفاعل؟**

جاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي، فعل الشئ فعلا وفعالا أي عمله، وافتعل الشئ أي اختلقه، وانفعل كذا تأثر به، انبساطا أو انقباضا فهو منفعل، ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر، والتفاعل عملية كيماوية يتم

من خلالها تحويل بعض المعادن النفيسة إلى الخسيسة، أي أن عملية التفاعل الكيماوي أن تؤثر مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيميائي.

- يرى الباحثون أن التفاعل يعني مرسل ومتلقي ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة Responsiveness أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية.
- يتم استخدام مصطلح الاتصال التفاعلي بديلا لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الكمبيوتر.
- الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية.
- الاتصال التفاعلي يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي انه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى.
- الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الالكترونية الحالية Online Email Sites.
- للدكتور محمود علم الدين في مقالة في صحيفة الأهرام رأي في مستويات سبعة لاستفادة الصحف من الانترنت كما يلي:

1- **المستوى الأول:** الانترنت مصدر للمعلومات وكأداة مساعدة للتغطية الإخبارية والأحداث العاجلة والتعرف على الكتب والإصدارات الجديدة.

2- **المستوى الثاني:** الانترنت وسيلة اتصال بالمصادر الخارجية والمندوبين والمراسلين وما يتم من اجتماعات.

3- **المستوى الثالث:** وسيلة اتصال تفاعلي من خلال توسيع دائرة الاتصال عن طريق البريد الالكتروني.

4- **المستوى الرابع:** الانترنت وسيلة اتصال للنشر الصحفي من خلال إصدار نسخ من الجريدة وملخص لها أو قواعد للبيانات أو إصدار جرائد ومجلات كاملة.

5- **المستوى الخامس:** الانترنت وسيط إعلاني يزيد من دخل الجريدة من الإعلانات التي يتم نشرها.

6- **المستوى السادس:** الانترنت أداة للتسويف والخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية من خلال إنشاء موقع أو أكثر يقدم معلومات أساسية عن تطورها وانجازاتها.

7- **المستوى السابع:** تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود للمشتركين بالخدمات مثل خدمات التعميم وإصدار الصحف والنشرات لحساب الغير.

- ومن خلال الدراسات والبحوث التي تناولت وسائل الإعلام الجديدة (الانترنت) نلاحظ أنها تسهم في تطوير هذه البحوث والدراسات وفي إثراء المضمون المعلوماتي.

ثالثا: أنواع الإعلام التفاعلي

يقتضي ذلك العودة قليلا إلى الوراء في مراجعة سريعة إلى مراحل مخاطبة وسائل الإعلام للجماهير والتي نقتبسها من دراسة للدكتور "سامي الشريف" في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام في الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.

1- مرحلة الصفوة Elite

يكون في هذه المرحلة الجمهور صغيرا نسبيا من القطاعات الأكثر ثراء وتعليما والرسالة وفق أذواق الصفوة.

2- مرحلة التخصص Specialized

وتتميز بظهور جماعات مفككة ذات مصالح خاصة ومحددة.

3- مرحلة التفاعل Interactivity

وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها أي أن الفرد يمكن أن يكون رئيسا لتحرير المجلة التي يختارونها، وهذا التفاعل يقتضي امتزاج أربعة عناصر أساسية وهي:

التعليم العالي، الوفرة والغنى، وقت الفراغ، حجم السكان.

- في ضوء هذه المراحل الأربعة نشير إلى ثورة الأقمار الاصطناعية في سياق تطور تكنولوجيا الاتصال والقنوات المتخصصة التي زادت من التفاعل مع الجماهير عبر ثلاث تطورات وهي:

أولا: التلفزيون الكابلي Cable Tv

نشأت خدمة التلفزيون الكابلي أواخر الأربعينيات في الولايات المتحدة لتحسين الخدمة التلفزيونية عام 1946، ثم انتشر التلقزيون الكابلي في الدول المتقدمة وتعثر تطبيقه في الدول الأخرى ومنها الدول النامية التي اعتمدت الكابل الهوائي Mulit أقل تكلفة وخدمة عالية الجودة.

ثانيا: القمر الصناعي المباشر Direct Broadcasting Satellite (DBS)

ساهم القمر الصناعي المباشر في نقل البيانات والمعلومات داخل وخارج الحدود في سرعة وبحد أدنى من التشويش وتغطي مسافات شاسعة، وقد مرت الأقمار الصناعية للاتصالات بمرحلتين:

أ- مرحلة أقمار التوزيع

وقد تم استخدام هذا النظام على نطاق واسع خلال السبعينيات في عدة مجالات مرورا بالمحطة الأرضية التي تقوم بدور حارس البوابة Gate Keeper وهذه الخدمات هي:

- تبادل البرامج التلفزيونية بين الهيئات المختلفة.
- تجميع الأخبار التلفزيونية Satellite News Gathering
- توصيل الإشارة التلفزيونية إلى شركات الكابل.
- توصيل الإشارة التلفزيونية لمحطات الإرسال التلفزيوني.
- تحقيق الخدمة التلفزيونية متعددة القنوات في الفنادق والتجمعات السكانية عن طريق أنظمة التوزيع الداخلي.

ب- مرحلة أقمار البث المباشر DBS

بدأت هذه المرحلة في الثمانينيات حيث تسمح بنقل المواد والبرامج التلفزيونية مباشرة من القمر الصناعي إلى أجهزة الاستقبال في المنازل دون المرور بالمحطات الأرضية أو النظم الكابلية، ووفق هذا النظام يستقبل القمر الصناعي من المحطات الأرضية الإشارة التلفزيونية ويقويها ثم يعيد بثها إلى أجهزة الاستقبال المنزلية المباشرة، ويسود فضاء العالم خمس شبكات أو منظمات رئيسية للأقمار الصناعية للاتصالات التلفزيونية وهي:

1- الرابطة الدولية لأقمار الاتصال Intelsat وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام 1965.

2- المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات البحرية Inmarsat وأطلقت أول قمر صناعي لها عام 1976.

3- منظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية Inter sputnik وأطلقت أول قمر صناعي 1962.

4- منظمة أقمار الاتصال الأوروبي Eutel Set وأطلقت أول قمر صناعي عام 1971.

5- المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية Arab sat وأطلقت أول قمر صناعي لها عام 1985.

وهناك أقمار صناعية أخرى أطلقها كل من إسرائيل وإيران والهند.

ثالثا: التلفزيون الرقمي Digital Television

يمثل التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني بما يملك من إمكانيات بث ثماني قنوات في الحيز الترددي لقناة تلفزيونية، ويوفر البث الرقمي نوعية صورة عالية الدقة والوضوح ويضمن صوتا أنقى وسعرا ارخص وقد تم استخدامه أوائل عام 1993، وفي ضوء ذلك ظهرت القنوات المتخصصة للبرامج والجمهور.

- بعد ثورة الأقمار الاصطناعية والبث المباشر والبث الرقمي جاءت ثورة تفجر المعلومات عبر شبكة المعلومات الدولية Internet وتقنيات الواقع الافتراضي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي ونظم دعم اتخاذ القرار، ونظم المعلومات الرقمية التي أصبحت عنصرا استراتيجيا فعالا داخل المؤسسات على المستوى العالمي وفق القوانين والالتزام بالتطبيق والتعاون في التنفيذ.
- في ضوء ذلك ظهر الفيديو تكست Video Text في عقد الثمانينات،ونمو الانترنت، وتطوير شبكة الويب أوائل التسعينيات من القرن العشرين مما زاد من التفاعلية والانتشار خارج الزمان والمكان والسرعة وانخفاض التكاليف وبخاصة حاستي السمع والبصر.
- في هذه الثورة انتقل الانترنت من مملكة العلماء والخبراء ليصل إلى الأفراد في أي مكان وأي وقت طالما توفر للفرد جهاز الكمبيوتر.

- أضاف البريد الالكتروني Electronic mail خاصية أخرى للملايين عبر العالم وهي الدفع النقدي الالكتروني من حساب بنكي إلى حساب آخر وفق البطاقات الائتمانية Credit Card وغيرها من الخدمات.
- وعرفنا من ذلك النشرات الإخبارية Bulletin Boards وكذلك الندوات وخطوط الدردشة Chat lines وظهرت الجرائد الالكترونية ونشرات خاصة بالصحة والدواء وظهرت الشبكة القومية للبحث العلمي Research Education Network National التي تديرها الحكومة الأمريكية لربط الجامعات بواسطة الألياف البصرية Fiber Optics للمشاركة في المعلومات والموارد اللانهائية ثم الوصول إلى التعليم عم بعد Learning Distant عبر الفيديو كونفرنس.
- أما خطوط الدردشة Chat Lines، فقد انتشرت انتشارا كبيرا بين الشباب من خلال الانترنت بشئ من حب الاستطلاع والتسلية وما لحقت بذلك من ملاحظات ايجابية وسلبية.
- ظهر كذلك الجماعات الإخبارية News Group بأنواعها سواء ذات الفكر العميق الايجابي والبناء أو التي يشوبها تصرفات غير أخلاقية مما يتطلب شكلا من الرقابة، كما حدث مع القرار الذي اتخذته كمبيو سيرف Compu Serv عام 1996 في الولايات المتحدة الأمريكية بمنع وصول أعضاء هذه الجماعات لحوالي 200 عنوان معروف ببثه للصور الفاضحة وأشكال أخرى من النشر يباح فيه نشر كل شئ والرقابة هنا ليست سهلة، وبخاصة مع كثرة المواقع على شبكة الويب حيث اندلعت مواجهات حول القضايا المتعلقة بالتعديل الأول لحرية التعبير First Adment Free Speech في الدستور الأمريكي الذي اوجد انقساما بين مؤيد ومعارض.
- نخلص من ذلك أن استخدام شبكة المعلومات الدولية والاستفادة من تقنيات الاتصال الالكتروني يمثل الوجه الحسن لهذه الشبكة، أما الوجه الآخر فهو

ما يعرف بالرسائل المزعجة Span التـــي يســـتقبلها مســـتخدمو البريـــد الالكتروني بدون رغبة رغم محاولة التعطيل بطريقة Block Span.

- ومن ذلك ظهر موقع يوتيوب www.youtube.com والذي ظهــر فــي فبراير 2005 ويعد ذلك فتحا باهرا في عالم الانترنت من حيــث الفكــرة حيث تشاهد عددا من اللقطات المصورة والطريفة والنادرة.
- ظهر كذلك المجموعات البريدية التي تكتفــي بتســجيل الاســم والبيانــات وتستطيع أن ترى احدث ما وصل إليه إبداع العقل العربي في مجال بــث الصور بأنواعها.
- أما الفيس بوك 2004 www.Facebook، فقد بدأ على الانترنــت منــذ سنوات بجامعة هارفارد الأمريكية بجهود الطالب " مارك جوكر بيــرك " بغرض تجميع زملائه في الجامعة لتبادل الأخبــار وصــورهم وآرائهــم ليكتسب شعبية واسعة والذي أدى نجاحه إلى إغراء شركة مايكروســوفت العالمية لشراء 5% من أسهم الموقع بمبلغ يتراوح بين 300-500 مليون جنيه.
- هذه الثورة المعروفة بثورة الفيس بوك تحتاج إلى دراسة متعددة المحــاور للتعرف على مدى تأثير مواقع الاتصال الاجتماعي على المجتمع في جميع الميادين، والتعرف على أنواع هذه المواقع والمدونات التي بدأت في فبراير 2004 في مصر ومع الحرب على العراق عام 2003، وما يحــدث هــذه الأيام في مناطق مختلفة من بلدان العالم.

رابعاً: المدونات الالكترونية والتعددية الإعلامية

أدى ظهور الانترنت في مطلع التسعينيات من القرن العشرين إلى إحداث تغيرات مهمة في خريطة الإعلام العربي وأفسحت المجال إلى تعددية إعلامية افتراضية ساهمت في تطوير أساليب الاعتماد على الوسائل الإعلامية التقليدية وأتاحت لفئات وجماعات أخرى خارج النخب الحاكمة لإسماع صوتها عبر مواقع عدد من الصحف الافتراضية الجديدة والمواقع الإخبارية والمنتديات والقوائم البريدية والمواقع الشخصية لبعض السياسيين ورجال الدين والاقتصاد والأفراد المهتمين.

من أهم الظواهر الجديدة في فضاء الانترنت ظاهرة المدونات التي تتيح للفرد العادي المستخدم للانترنت أن يكون صحفيا وكاتبا ومنتجا للمعلومات وقادرا على إسماع صوته للآخرين متجاوزا قيود وموانع الوسائل التقليدية.

اكتسبت ظاهرة المدونات " البلوجز " زخما كبيرا مع تطور تقنيات الإعلام الجديد، وأحدثت ردود فعل عديدة على المستويين الرسمي والشعبي، كما أثارت جدلا مستمرا بين المعنيين من السياسيين والإعلاميين والأكاديميين والمختصين والمهتمين باعتبارها " صحافة بديلة " أو أنها منفذ جديد للتعبير الحر دون رقابة، كما أثارت نوعا من الشك في أن تكون سببا في التفتيت وإثارة النعرات الطائفية.

- **وفي هذه الفقرة نطرح التساؤلات التالية:**

1- ما هي المدونات الالكترونية؟

2- متى نشأت؟ وكيف تطورت؟

3- ما السمات العامة لهذه المدونات كإعلام جديد؟

4- ما دور المدونات الالكترونية في عملية الاتصال والإعلام؟

5- ما دور هذه المدونات في التعددية الإعلامية؟

6- ما العوامل التي ساعدت على انتشار ظاهرة المدونات؟

7- ما المقترحات التي نراها مناسبة لتقويم هذه المدونات؟

1. مفهوم المدونات: Web logs

- جاء في المعجم الوجيز دوّن الديوان أي أنشأه، وجمعه، ودوّن الحديث أي جمعه ورتّبه.
- المدونات كمصطلح تتكون من مقطعين (ويب Web) أي الشبكة الدولية للمعلومات، و(لوج Log) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون معنا سجل التدوين.
- **المدونة:** هي صفحة انترنت عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام، مؤرخة، مرتبة ترتيبا تصاعديا أو تنازليا وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ولكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت، وتعطي الحق للقراء من التعليق مباشرة أو عبر البريد الالكتروني الخاص بالمدوّن.
- للمدونة تعريفات مختلفة حسب نوع الحقول المعرفية حسب الباحثين ومن ذلك:
- **تعرّف شبكة مايكروسوفت المدونات بأنها:**
- "صحف ويب شخصية، يتم تحديثها باستمرار، وتساعد الشركات الصغيرة والكبيرة على نشر رسائلها التسويقية، وتزيد من قدرة الناس على التشارك في الأفكار والمعلومات على المستوى العالمي".
- **يعرّف موقع Accenture المدونات بأنها:**
- "مواقع ويب تفاعلية تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات، وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين وإضافة مضامين جديدة مع إثارة نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان".
- **تعرّف شركة تكنوراتي المتخصصة في محركات البحث بأنها:**
- "صحيفة شخصية على الويب، تسمح لملايين الناس بالنشر السهل لأفكارهم والتعليق على ذلك، وهي سهلة مرنة وديناميكية أقرب إلى المحادثة من الأرشيف".

- **كلية هارفارد للقانون تعرف المدونة بأنها:**
- "سلسلة هرمية مرتبة من النصـــوص والصـــور والعناصـــر الإعلاميـــة، والبيانات المرتبة زمنيا ويمكن قراءتها على الويب، والترتيب متتابع ولكل منها عنوان منفرد ورابط ووصف مختصر لها".

*** ومن التعريفات العامة:**

- " أن المدونة موقع انترنت شخصي يتضمن شكلا مـــن أشـــكال اليوميـــات العامة، يديرها في الغالب شخص واحد أو أكثر، وهناك مدونات لجماعات، ومؤسسات، وشركات تتضمن قائمة بالأفكار والروابط.
- بوجه عام فقد استقر غالبية المدونين العرب على تعريب المصطلح (Blog) من الانجليزية على مفرد، (مدونة) التي تعبر عن التدوين أو التسجيل على صفحات الانترنت التي ينشئها أصحابها لتســجيل يوميــاتهم وملاحظـــاتهم وآرائهم وخواطرهم على شكل يوميات أو مذكرات.

2. النشأة والتطور:

- يعود مصطلح Web Logs إلى مدّون أمريكي اسمه " جون برجـــر Jorn Barger " الذي ابتكره في ديسمبر عام 1997 لوصف عملية التسجيل على صفحات الويب.
- كلمة Blog، فقد ظهرت على يد الأمريكي " بيترمير هولنر " عـــام 1999 الذي كتب مصطلح Web Log في موقعه لأول مرة، كما دخلـــت كلمـــة Blog باللغة الانجليزية مشتقة من كلمتين " Web + Log " فـــي قـــاموس "ويبستر واكسفورد ".
- أما مخترع الويب فهو " Tim Burners' Lee " وذلك بالاحتفاظ بقائمة يتم تحديثها باستمرار التي تضم كل مواقع الويب الجديدة بمجرد ظهورها.
- في عام 1993 بدأت " نيتسكيب " في إظهار ما أسمته (ما الجديد What's New) على برامج التصفح الخاص بها.

- شهد عام 1994 قيام (جاستن هال Justin Hall) بإطلاق موقع يقدم روابط للمواقع غير المعروفة.
- في عام 1997 قدم " ديف وينر Dave Winer من خلال شركته " يوزر لاند User Land " عددا من البرامج الخاصة بمحتوى المواقع والمدونات مثل: Frontier، Manila، Radio User Land
- في عام 1997 دشن Jorn Barger مصطلح المدونة Web Log.
- في نوفمبر 1998 نشرت " كاميرون باريت Cameron Barret " أول قائمة بمواقع المدونات على موقع Cam Word.
- في بدايات عام 1999، دشن بيتر ميرهولز مصطلح التدوين Blog وهي اختصار لكلمة Web Blog أي Blog فقط.
- في عام 1999 أيضا أنشأت بريكتي آيتون Brigitte Eaton أول بوابة الكترونية مخصصة للمدونات على الانترنت ضمت نحو خمسين مدونة.
- وفي نفس عام 1999، أطلقت شركة " بيتاس Pitas " أول برنامج مجاني لإنشاء المدوّنات الشخصية.
- في أغسطس 1999، أطلقت شركة مختبرات بيرا Pyra Lats في سان فرانسيسكو موقع وبرنامج التدوين الأشهر والأكثر استخداما Blogger.com، الذي ساهم في انتشار التدوين بين مستخدمي الانترنت من خلال أدوات سهلة، حيث بلغ عدد المسجلين عليه عام 2002 نحو 1,1 مليون مستخدم، وبلغ عدد المدونات النشطة على الموقع نحو 200 ألف مدوّنة، وهو ما دفع شركة جوجل إلى شراء الموقع عام 2003 الذي أحدث انطلاقة هائلة في المدونات وبخاصة في الحرب على العراق عام 2003 وفي الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2004 وهو ما زاد من وعي الجماهير بالمدونات التي أصبح عددها بالملايين وهو ما شجع الصحف

الكبرى والإذاعات الدولية والمنظمات الدولية إلى إنشاء مدونات على مواقعها وتنظيم مسابقات دولية لاختيار أفضل مدونة.

3. سمات وخصائص المدوّنة:

- المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الالكتروني.
- المدونات بداية ثورة جديدة في صناعة النشر.
- قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجاناً.
- لا تحتاج المدونات إلى تصريح للنشر.
- تنقل الصحافة والإعلام إلى آفاق جديدة واسعة.
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام.
- المدونات نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي.
- ساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم " الصحفيون المواطنون Citizen Journalists "
- تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع.
- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني.
- المدونات نوع من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليدي السائد والقائم على المؤسسات الإعلامية.
- تختلف المدونات في بعض الأحيان عن وسائل الإعلام الأخرى على شبكة الانترنت كمواقع الويب والمنتديات وجماعات الأخبار والبريد الالكتروني لأنها تهتم بالتاريخ والتوثيق.
- المدونات أكبر من المنتديات وساحات الحوار لأنها تحول الأفراد من مجرد في الخبر والمعلومة إلى منتج وصانع للأخبار والمعلومات.

- لذلك أصبح المدونون صناع الإعلام الجديد وهو رقم مهم في الإعلام الدولي وعالم الانترنت.
- من هم المدونون؟
- ما سمات مضمون المدونات؟
- ما مميزات المدونات عن المواقع الشخصية على الويب؟
- ما المميزات الفنية للمدونات في إطار الإعلام التفاعلي؟
- ما دور المدونات في دعم حرية التعبير والتعددية؟
- ما موقع المدونات في الإعلام العربي؟
- ما الطابع السياسي للمدونات العربية؟
- ما دور الرقابة في عمل المدونات العربية؟
- ما العوامل التي ساعدت على انتشار المدونات في العالم العربي؟
- ما موقع المدونات في ضوء ظاهرة الفيس بوك وتأثيرها على الأنظمة العربية؟

- **من هو المدونون؟**

- هم مؤرخو العصر، الذين يوثقون أدق التفصيلات.
- هم شرائح من الرجال والنساء المشتركين في خدمات التدوين.
- هم الصناع الجدد للإعلام أو الإعلاميون الجدد.
- هم رقم مهم في عالم الانترنت والإعلام الدولي.
- هم اليوم مراجع مفيدة لكبريات الصحف العالمية والفضائيات.
- هم الصحفيون المواطنون Citizen Journalists أي هم غير الصحفيين المحترفين، أي أنهم يجتهدون في جمع ونشر الأخبار.
- هم مواطنون عاديون ليس شرطا أن يكونوا مؤهلين في الإعلام.
- هم صحفيون ليس لديهم تصريح رسمي كالصحفيين العاديين.

- هم مرسلون جماهيريون على أساس أن رسائلهم تصل إلى عدد غير محدود وغير معروف من الجماهير.

*** ما سمات مضمون المدونات؟**

- قلنا بأن المدونات نوع جديد من الإعلام والنشر الالكتروني، وهي نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي مثل اختراع الطباعة في عالم الصحافة.

*** فما هو إذن مضمون هذه المدونات؟**

- بعض المدونات تهتم بالسرد لليوميات والمشاهد والخواطر.
- بعض المدونات تسمح للزوار بإضافة التعليقات والآراء.
- المدونات شخصية مجانية لا تستهدف الربح وقد تكون مدعومة بعض الأحيان.
- المدونات تسمح للإعلانات كمصدر للتمويل والربح.
- تشبه المدونات مواقع (الويكز Wikis)
- هي مواقع جماعية مفتوحة تتمن أعمالا يتم تحديثها، وإعادة تحريرها من قبل أشخاص كثيرين.

- **ما أنواع المدونات حسب المضمون؟**

- **يصنف ديرستاين المدونات في خمسة أنواع:**

1- المدونات الشخصية للأخبار والآراء، وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الآخرين في عملية التواصل الإخباري المتعلق بحياتهم وعائلاتهم والتعبير عن ذاتهم.

2- مدونات الأخبار والتعليقات، وتهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالبا ما تختلف في نشرها عن وسائل الإعلام التقليدية.

3- مدونات الترويج والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين.

4- مدونات المال والأعمال والمهنية، وتشمل مدونات المديرين ومساعديهم.

5- المدونات المؤسسية الداخلية لتبادل الرأي ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

- **سمات جمهور المدونات:**

- جمهور غير محدد وغير معروف القائم بالاتصال أو صاحب المدونة.
- جمهور قادر على المشاركة والتفاعل بالرأي والتحليل والمعلومات مع صاحب المدونة وفي مساحة مفتوحة.
- هذه العلاقة بين الجمهور وأصحاب المدونات تساعد على تشكيل مجتمعات افتراضية متوافقة في الفكر والرأي.
- يرى " Kaye " أن جمهور المدونات يشبه إلى حد كبير المستخدمين الأوائل لشبكة الانترنت في السمات الأساسية وهي:

" معظم الجمهور من الذكور ومن العرق الأبيض، ومن ذوي الدخل المرتفع، ومن المستوى التعليمي العالي".

- ولذلك يرى " Kaye " أن ذلك ضعف في النظام الاتصالي عبر المدونات ولا يجعلها وسيلة إعلام جماهيرية.
- ومن سمات هذا الجمهور أن له قنوات أخرى غير المدونات وغير خاضعة لوسائل الإعلام التقليدية.
- يرى " ناردي " أن جمهور المدونات وفقا لمعرفتهم بالمدون وهما:

1- <u>جمهور المدون الخاص</u>: ويشمل معارف وأصدقاء وعائلة المدون.

2- <u>جمهور المدون العام</u>: وهو الذي يستطيع الوصول إلى المدونة من خارج العائلة والأصدقاء.

- **ما خصائص المدونة بوجه عام؟**

تتميز المدوّنة كوسيلة للاتصال بما يلي:

- يتم إنشاؤها وإدارتها من جانب شخص أو مجموعة صغيرة.

- لا تستطيع الحكومة أو الشركات الكبرى احتكار المدونة مثل وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الويب.
- يمكن إخفاء اسم صاحبها ولذلك فهي تمتلك حرية في التعبيــر اكثــر مــن غيرها.
- تهتم بأخبار صاحبها في مختلف الأحداث والقضايا الخاصة والعامة وتعتمد على الوسائط المتعددة التفاعلية ويمكن أن تكون صحيفة متكاملة.
- تأخذ شكل اليوميات المرتبة زمنيا وحسب فئات بسيطة.
- يتم تصميمها من خلال أدوات تفاعلية محددة تتيح للزائر التصــفح بيســر والتعليق عليها والانتقال إلى مواقع أخرى عبر روابط الويب فهي تأتي في شكل نصوص مفهرسة.
- لها معايير شبه دولية نتيجة استخدام طريقة شبه موحدة عالميا في الإنشــاء والإدارة والتصميم.
- تتسم بحرية أوسع في التعبير الحر عن الآراء ووجهات النظر والأســلوب الذاتي لصاحبها.
- وسيلة للتعبير عن التعددية السياسية وبخاصة في الــدول التــي لا تســمح بالتعددية السياسية والإعلامية.

- **المدونات في الوطن العربي:**

- الثابت أن معرفة العرب بعصر المعلومات وتقنياتها كان سريعا إلــى حــد كبير مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.
- بدأت المدونات العربية بوجه عام في مطلع عام 2003 مع الغزو الأمريكي لدولة العراق من ذلك:

1- حوليات صاحب الأشجار، وسردال، وطي المتصل، وطق حنك وغيرهــا من المدونات التي تبث من داخل وخارج الوطن العربي.

2- يعد عام 2006 عام انفجار النشر على المدونات في الوطن العربي وأصبحت تمثل ظاهرة إعلامية جديدة بالرغم من نسبتها القليلة بسبب ظاهرة الخوف من التعبير الحر.

3- تتوزع المدونات بشكل غير متساو على الدول العربية، وتأتي مصر في المرتبة الأولى، يليها السعودية ثم الكويت والمغرب.

4- غلب على المدونات العربية الطابع السياسي بالرغم من أن المدونات بدأت في دول الخليج وبخاصة في الكويت والبحرين.

5- أول موقع تدوين في الوطن العربي (كويت، بلوغ) وذلك بسبب المستوى المعيشي المرتفع ورغبة في التعبير الحر.

6- بالرغم من النشأة الخليجية للمدونات العربية إلا أن المدونين المصريين هم الذين أعطوا للمدونات زخما وحيوية في الوطن العربي.

7- اتخذت المدونات العربية طابعا يتناسب مع الأقطار العربية وحسب جهاد الخازن في زاويته في الحياة الدولية فان المدونات المصرية صورة حية ومثيرة للعنف الرسمي في مواجهة المتظاهرين وفي العراق تعكس حالة المجتمع، وفي الأراضي الفلسطينية تهتم بالمواجهة مع سلطات الاحتلال، وفي السعودية إجماع على مشكلة واحدة وهي مقص الرقيب ووحدة خدمات الانترنت.

- **ما عوامل انتشار المدونات في الوطن العربي؟**

- التطور التكنولوجي الهائل وتدفق المعلومات.
- غياب المنافذ الإعلامية للتعبير لجميع الآراء والمستويات.
- سهولة استخدام اللغة العامية بين الشباب.
- اهتمام وسائل الإعلام العربية بالمدونات ودورها.
- اهتمام كبار الكتاب بالمدونات ومتابعتها.
- القبض على بعض المدونين واعتقالهم في بعض البلاد.

- مشاركة أصحاب المدونات في المسابقات الدولية.
- اهتمام المدونين بالإصلاح السياسي والاجتماعي.
- وأخيرا الأوضاع السياسية للأنظمة العربية وانحسار الديمقراطية.

الفصل السابع عشر

أبعاد العولمة وتأثيرات التدفق الإعلامي

الفصل السابع عشر

أبعاد العولمة

وتأثيرات التدفق الإعلامي

العولمة وأبعادها

تعريف العـــولمة:

من الصعوبة بمكان الاتفاق على تعريف جامع مانع للعولمة، وذلك لكثرة الرؤى حولها، والتي تتأثر باتجاهات الباحثين ومواقفهم منها. ولكي نضع لمفهوم العولمة إطاراً عاماً، نستعرض بعض التعاريف والأقوال التي تناولها الباحثون:

- **العولمة** ترجمة للمصطلح الإنجليزي Globalization وهي تعني إكساب الشيء طابع العالمية.
- **العولمة** مشروع حضاري غربي متكامل البنيات، أوجده التلاقي بين التطلعات والحاجات الغربية من جانب، والإمكانات المادية الهائلة التي أوجدتها الطفرات الكبيرة في تقنيات الاتصال والمعلومات والصناعات المتقدمة من جانب آخر.
- **العولمة** كما يراها الكثير من المفكرين والكتاب هي سيطرة وغلبة ثقافة من الثقافات على جميع الثقافات في العالم.
- **وهناك** من فرّق بين العالمية و العولمة، فقال إن (العالمية تفتُّح على العالم، وعلى الثقافات الأخرى، واحتفاظ بالخلاف الآيدولوجي، أما العولمة فهي نفي الآخر، وإحلال للاختراق الثقافي محل الصراع الآيدولوجي).

يقصد الغرب بمصطلح العولمة Global أو Universal أن الغرب قد حقق أهدافاً عالية في مجال التكنولوجيا والكمبيوتر، فتطور خلال السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً في حقل الاتصالات، والمعلومات، والإنترنت، وحقق الكثير من

الإنجازات. أما المنظور الأمريكي للعولمة فإنه يجمع بين أمور التكنولوجيا والاقتصاد والسياسة والسلوك والقيم والأخلاق، أي لا يريد أن يسيطر على الجوانب المادية فحسب، إنما يتعدى ذلك إلى القيم الاجتماعية للشعوب.

ونرى ثمة فرقاً بين العالمية والعولمة، **فالعالمية** تفتح الخصوصية، وترتقي بها إلى ما هو عالمي وكوني، أي أنها تعتبر قاسماً مشتركاً، تنفذ من خلاله رؤية تعبر عن وجهة نظر تستوعب جميع الثقافات والتكتلات والآراء، في إطار التساوي في التعايش بين بني الإنسان. أما **العولمة** فهي تعبِّر عن وجهة نظر خاصة تريد أن تبسط سيطرتها على الرؤى الأخرى على المستوى الإقليمي أو العالمي.

ويجب أن تفهم العولمة في سياق التطور السياسي للإنسانية، ولا ينبغي تعميمها على المستقبل، إذ لم تكن حقيقةً في الماضي، وكما رأى الناس انهيار الماركسية بأم أعينهم، بعد أن روج لها دعاتها واعتبروها أنموذجاً فكرياً يحمل حل المشكلات الاقتصادية والسياسية في العالم، فإن العولمة تأخذ دورها كأحد حلقات ذلك التطور. فكلما تغيرت المعطيات في النظام العالمي ظهر تطور جديد.

تقوم العولمة أساساً على تحرير التجارة الدولية، وفتح الأسواق أمام البضائع الواردة من الخارج، وهذه القضية تشكل عقبة أمام البلدان النامية، فيتعرض اقتصادها للمخاطر، وتضعف مكاسبها المحتملة، إذ تتعرض لمنافسة الدول الصناعية، وهي منافسة غير متكافئة، وهذا الواقع يجعل الغني يزداد غنىً والفقير يزداد فقراً، خاصةً وأن القوانين التي تحكم مسار العولمة غالباً ما تتحيز للدول الغنية.

تتمتع السلع في البلدان الغنية بتخفيضات جمركية أكبر من السلع المستوردة من بلدان نامية، 45% بالمقارنة مع 20% إلى 25%، في حين أن البلدان النامية تواجه الآن كمجموعة تعريفات جمركية أعلى بنسبة 10% عن المتوسط العالمي، فإن أقل البلدان نمواً تواجه تعريفات جمركية أعلى بنسبة 30% لأن

التعريفات الجمركية لا تزال عالية على السلع ذات الإمكانات الكبيرة بالنسبة لأفقر البلدان، مثل المنسوجات والجلود والسلع الأساسية الزراعية.

ولكن العولمة لا تقف عند المفهوم الاقتصادي فحسب وإنما تتعدد أشكالها وصيغها، وتتفاوت تطبيقاتها، وتتشعب تفسيراتها وأبعادها، فبالإضافة للبعد الاقتصادي فهناك أبعـــاد أخرى لا تقل عنه أهمية، كالبعد السياسي، والثقافي، والإعلامي.

أبعاد العولمة:

لتغلغل العولمة، وتشعبها في شتى مناحي الحياة، نتطرق هنا باختصار إلى أبعادها الاقتصادية، والسياسية، والثقافية. وذلك لارتباطها جميعاً بالبعد الاتصـــالي والإعلامي ـــ الذي سنتناوله بتفصيلٍ أكثر - إذ أن هذه الأبعاد الثلاثة تتخذ من الإعلام والاتصالات الحديثة – وعلى رأسها القنوات الفضائية التلفزيونية – وسيلة أساسية لتجد طريقها إلى التغلغل والتطبيق.

أولاً: البعد الاقتصادي:

وهو البعد الأكثر بروزاً في أبعاد العولمة، إذ أن مفهوم العولمة قد كرسته اتفاقية اقتصادية هي الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات General Agreement for Trade and Tariffs التي عرفت اختصاراً بالجات GATT.

لقد بدأت مفاوضات تحرير التجارة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية، وإنشاء منظمة الأمم المتحدة، وطال أمد هذه المفاوضات نظراً لتضارب المصـــالح، واختلاف وجهات النظر، فلما تعثرت، رُؤِيَ عقد اتفاقية مؤقتة لحين الانتهاء من المفاوضات، واستمرت المفاوضات على مدى نصف قرن إلى أن تم التوصل إلى صيغة وُقِّع عليها في المغرب عام 1993م، وقد شارك فيها مندوبو جميع دول العالم بما في ذلك الدول الإسلامية ودول العالم الثالث.

وبناءً على هذه الاتفاقية، يتم إلغاء الرسوم الجمركية، وغيرها من القيود ليصبح العالم سوقاً واحدة، ومن ثم يتسنى للشركات أن تقيم المصانع، وغيرها من الأنشطة التجارية في أيٍّ مكانٍ شاءت من العالم، كما يمكن تحويل ملكية الدولة للقطــاع الخاص، في إطــــار ما يسمى بـــ (الخصخصة)، وتحرير أسواق المال والأوراق المالية من أيٍّ قيود.

ومن ثم فإن هذه الاتفاقية تتيح للدول الغنية – وهي صاحبة رأس المال – أن تسيطر على الدول الفقيرة من خلال شركاتها العاملة هناك.

ثانياً: البعد السياسي:

إن الحماية الاقتصادية التي تجدها الشركات الأجنبية داخل الدول، تنعكس على النظام السياسي لهذه الدول، إذ تؤدي إلى تقليص دور الدولة وتراجعه أمام تلك الشركات، التي تتحرك بدعم ومساندة القوانين الدولية، ومن ثم تتدخل الدول الأجنبية لحماية شركاتها، فتظهر انعكاسات ذلك على الأوضاع السياسية عامةً في الدولة، ويكون ذلك أكثر وضوحاً في الدول النامية، حيث يتم الحديث عن الديمقراطية، و الحريات العامة، و حرية الإعلام. ويتبعه الحديث عن قوانين الدولة، وأنظمتها تجاه الأقليات، وحقوق الإنسان، والإرهاب، وغير ذلك مما يسفر عن الأهداف والأبعاد السياسية جرّاء الاتفاقيات الاقتصادية.

ثالثاً: البعد الثقافي:

من أهداف العولمة في المجال الثقافي، أن يسير البشر على النمط الغربي، ووفق تقليده وسلوكه، ويبدو ذلك أكثر وضوحاً في أنشطة المؤسسات الغربية في الدول النامية، وعلى سبيل المثال ما تقوم به هيئة المعونة الأمريكية، والمعونة الأسترالية، وسيدا كندا وهي تتبع للحكومة الكندية، ودانيدا الدنمارك، وفنيدا فلندا، ونورادا النرويج، وسيدا السويد، وغيرها. والمؤسسات المذكورة توفر التمويل للجمعيات الأهلية النسائية في دول العالم الثالث، مستغلةً ندرة مواردها. ومما يشير

إلى الاتجاه الاستغلالي لهذه المؤسسات، أن تمويلها قاصر على الدول الفقيرة، كمصر، والمغرب، وتونس، والجزائر، والسودان، وموريتانيا. ولإضفاء الهدف الثقافي لمؤسسات التمويل، فإنها لا تغيب عن النشاط الثقافي لهذه الجمعيات، بل تنفذ للمشاركة في الأنشطة المختلفة كالمؤتمرات، والمعارض، والمحاضرات.

ومن الأنشطة التي تعتبر مظهراً من مظاهر السيطرة الثقافية أيضاً، مؤتمرات المرأة العالمية، كمؤتمر بكين الذي انعقد في عام 1995م، والذي خرج بوثيقة مشهورة تدعو إلى:

1- إلغاء التحفظات التي تستند إلى أساس ديني أو حضاري.
2- اعتبار أن الأسرة والأمومة والزواج من أسباب قهر المرأة، وأن حق الإنجاب حق مكفول للأفراد والمتزوجين على حدٍ سواء.

وقد خاطبت الوثيقة مؤسسات التمويل الدولية مثل صندوق النقد الدولي، والبنك الدولي لضمان تطبيقها.

ومن انعكاسات العولمة على الجانب الثقافي ما بدا واضحاً في مؤتمرات الأمم المتحدة، كمؤتمر الأمم المتحدة للسكان الذي انعقد في القاهرة عام 1992م، ومؤتمر حقوق الإنسان الذي انعقد في فينا عام 1993م، والتي كشفت عن تغليب معايير الثقافة الغربية.

ويبدو واضحاً أن ما تخرج به مثل تلك المؤتمرات من مقررات، وما تقوم به مؤسسات التمويل الغربية من أنشطة ينم عن انعكاس حقيقي لمفهوم العولمة في بعدها الثقافي.

البعد الإعلامي للعولمة وآثارها في القنوات الفضائية العربية:

يعد الإعلام في حد ذاته بعداً للعولمة، كما يعتبر أيضاً آلية من الآليات التي لا يمكن الاستغناء عنها في تنفيذ الأبعاد الأخرى للعولمة، (وإن من القوى الرئيسة التي تعتمد عليها العولمة، عالمية الاتصالات التي تترتب على تطور تقنيات الأقمار

الصناعية). ومن هنا يبرز دور القنوات الفضائية التلفزيونية – بصفةٍ خاصة – في ترسيخ العولمة.

ومقصود العولمة الذي يطفو إلى السطح، هو إزالة الحواجز والحدود بين الثقافات وحركة الاقتصاد والمجتمع وإتاحتها للجميع على طول العالم وعرضه. وهذا أمر مقبول من حيث النظرة العامة. لكن السؤال المطروح هو: هل ستكون هناك عدالة في إتاحة تلك القضايا للجميع؟ وبإمكانيات متساوية؟ وأجهزة اتصال متكافئة؟

لا شك أن العالم الثالث هو الذي سيخرج خاسراً من هذه المنافسة، وذلك لضعف إمكانياته وقدراته الاتصالية.

وفي الواقع أن العولمة هي الآلة التي يريد بها الغرب طمس قسمات الشعوب، وتشكيلها حسب رؤيته، ويريد أن يسير العالم وفق مفاهيمه تجاه قضايا الاقتصاد، والثقافة، والسياسة، والأمن، والسلام، وحقوق الإنسان، والحرية ... الخ. ولكن من المعروف أن لكل أمة مفاهيم، ورؤى، واتجاهات تقيس عليها تلك القضايا.

من هنا تجد وسائل الاتصال العربية – والقنوات الفضائية على وجه الخصوص – نفسها أمام تحدٍ كبير، وهو تأثير تيارات العولمة المتعددة، والمتشعبة، والمتداخلة. والتي لا تعتـرف – في الواقع – بأيٍّ ثقافة غير الثقافة الغربية، ذلك وأن (بعض الكتاب الأمريكيين يحاولون الإيحاء بأن ثقافات البلاد الأخرى هي ثقافات تقليدية غير ملائمة، لأنها إما ثقافات نخبة أو صفوة، أو ثقافات مكبلة بالقيود، أو هي ثقافات ذات توجهات دينية).

❖ التدفق الدولي للمعلومات:

إن ظاهرة التدفق الإعلامي الحر Free Flow of Information بدأت تأخذ مكانها دولياً خلال الحرب العالمية الثانية، وهو الوقت الذي برزت فيه الولايات

المتحدة الأمريكية كقوة مؤثرة في العالم، وقد انعكست تلك القوة على ما تم إبرامه من معاهدات بين الدول أثناء وبعد الحرب، مما أدى إلى صبغ تلك المعاهدات بالصبغة الغربية. ومن مركز القوة هذا استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تفرض نظامها الحر لتدفق المعلومات، ليصبح أساساً لتدفق المعلومات على المستوى الدولي، وفي عام 1946م أصدرت الأمم المتحدة الإعلان الخاص بحرية تدفق المعلومات Declaration on Freedom of Information

تدفق المعلومات آحادي الاتجاه:

في ظل طموح الدول الغربية عامةً، والولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص، ورغبتها في بث ثقافتها وآيدولوجيتها ومراميها الاقتصادية، وفي ظل امتلاكها للآلة الإعلامية الحديثة، وتقنياتها المساعدة المتمثلة في الأقمار الاصطناعية وغيرها، ومن ثم ظهور القنوات الفضائية التلفزيونية، فإن كل هذه المعطيات جعلت المعلومات تسير في اتجاهٍ واحد، من الشمال إلى الجنوب، ومن الغرب إلى الشرق، أي من الدول الغنية تجاه الدول النامية. ومن ثم فإن إعلان حرية تدفق المعلومات قد صار آحادي الاتجاه.

(وقد أكدت اليونســكو UNESCO أن المعلومات تتدفق في اتجاهٍ واحد، وذلك في تقريرها الذي جاء فيه [إننا نعتقد أن ما يعرف باسم التدفق الحر للإعلام هو في حقيقة الأمر تدفق في اتجاهٍ واحد، وليس تبادلاً حقيقياً للمعلومات]).

وتتعرض الدول العربية كغيرها من دول العالم الثالث إلى ذلك التدفق آحادي الاتجاه، خاصةً وأن للدول الغنية طموحات في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا والجزيرة العربية تملي عليها لأن يسير هذا التدفق صوب المنطقة على وجه الخصوص.

الاختلال في تدفق المعلومات:

إنه رغم هذا التدفق الهائل للمعلومات، هناك عدم توازن في انسيابها، ليس بين الدول الغنية من جهة والدول النامية من جهةٍ أخرى فحسب، إنما أيضاً بين الدول ذات الأفكار والآيدولوجيات، مثل ما حدث بين الدول الرأسمالية والاشتراكية. وهناك اختلال بين الدول النامية نفسها، حسب التفاوت بينها في القوة والمصالح والسياسات.

كذلك هناك اختلال كمي بين الدول النامية في المواد الإعلامية، كالاختلال بين الأنباء السياسية من جهة، والأنباء الاجتماعية والثقافية والاقتصادية من جهةٍ أخرى، حيث يظهر طغيان الأنباء السياسية على غيرها.

كما أن هناك اختلال نوعي بين ما يطلق عليه الأنباء السارة والأنباء السيئة، إذ تغطي أنباء الدول الغنية الإنجازات والابتكارات ومظاهر التطور والتقدم، بينما تظهر أنباء الدول النامية من بوابة الأزمات، أو ما يسمى بأخبار الأزمـــات Crisis News، كالــحروب والانقلابات والمجاعات والفيضانات والزلازل ...الخ.

أما عن تدفق المعلومات على نطاق الدول العربية، فهناك إمكانية لتدفق المعلومات بينها بشكلٍ متوازن، فمن المفترض أن يشكل انتشار القنوات الفضائية فيها أرضاً خصبة تحول دون أن يكون ذلك التدفق مخلاً، لأن القرب الجغرافي بين هذه الدول، والصلات الثقافية والدينية بينها، واللغة، وحجم السكان، كلها عوامل تؤهل لعدم الاختلال في تدفق المعلومات.

لكن عدم الاستقرار السياسي، والتبعية الإعلامية، والسياسية، والثقافية، والاقتصادية للغرب – في معظم الدول العربية – تجعل ذلك التوازن أمراً صعب المنال.

احتكار المعلومات:

توفر القنوات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الاصطناعية الكثير من المعلومات التي تخدم التنمية، وتسهم في ترقية المجتمعات، وتفتح للإنسان آفاق المعرفة والتطور في شتى مناحي الحياة، ولا ريب في أن أي دولة نامية بحاجة إلى المعلومات التي تساعدها على التخطيط لبرامجها التنموية، واكتشاف ما تحويه أرضها من إمكانات اقتصادية مختلفة.

لكن هذه المعلومات تبقى حكراً لدى الدول الغنية، حيث تتعامل معها كسلعة لا يمكن إتاحتها إلا للشركات التابعة لتلك الدول، والتي تقوم بدورها للبحث عن استثمارات في الدول النامية بناءً على تلك المعلومات، التي ربما تريد الدولة المتعلقة بها كتمانها لظروفها الخاصة، أو ربما لا تكون على علمٍ بها أصلاً، ومن ثم ينوب الضرر البلدان النامية من خلال العقود التي تبرم معها من قبل تلك الشركات.

لقد أصبح تعبير (العلم السري) تعبيراً عادياً في قاموس الدول الغربية، يستخدم هذا التعبير ليبرر استثناء بعض مجالات البحث العلمي من قانون حرية المعلومات باعتبار أن البوح به قد يضر بالمصالح الأمنية والاقتصادية.

ولم يقتصر احتكار المعلومات على تلك المعلومات التي يُبرر احتكارها على أنها تتعلق بالمصالح الأمنية والاقتصادية فحسب، بل انعكس ذلك على الأخبار وغيرها من المعلومات.

خاصةً وأن وكالات الأنباء العالمية وهي آسوشيتد برس Associated Press ويونايتد برس إنترناشونال United Press International الأمريكيتين، ورويترز Reuters الإنجليزية، ووكالة الصحافة الفرنسية France Press Agency تسيطر على 80% من المعلومات المتداولة دولياً، و 90% من كمية

الأخبار المتداولة على مسرح الأحداث العالمية.[18] وذلك رغم انتشار العديد من وكالات الأنباء الوطنية حول العالم.

والمأمول من القنــوات الفضائية العــربية الإفادة من كلا النوعين من المعلومات – الاقتصادية والإخبارية – والعمل في ظل هذا التدفق الكثيف للنهوض بشعوب الدول العربية من خلال برامج تنموية وثقافية.

مظاهر التدفق الإعلامي الغربي في البلاد العربية:

انتشر البث المباشر عبر القنوات الفضائية بصورة متسارعة، فاقت كل التوقعات، في ظل تكالب الدول لجني فوائده الدعائية و الترويجية، ورخص أسعار أجهزة الاستقبال والهوائيات التي أصبحت في متناول الغني والفقير.

وقد بادرت الدول الغربية – وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية – إلى دعم هذا البث، استناداً إلى مبادئ حرية الإنسان وحصوله على المعلومات التي يريد.

وهذه الدول دعمت هذا التوجه في ظل تفوقها التقني في مجال الاتصالات، إذ أن البث المباشر يحمل أقوى أنواع الدعاية الثقافية والاقتصادية التي تريد بثها إلى بقية بلدان العالم.

وعلى نطاق العالم العربي، لم يكن البث المباشر هو المظهر الوحيد للتدفق الإعلامي في البلاد العربية، لكن هناك العديد من المظاهر الأخرى التي كرست سيطرة الإعلام الغربي على هذه الدول، ومن تلك المظاهر يجدر بنا ذكر ما يلي:

(1) تحكم عدد من وكالات الأنباء في النظام الإعلامي الدولي:

وعلى رأس هذه الوكالات وكالات الأنباء الدولية، وذلك لما لها من وسائل تكنولوجية، وكوادر بشرية، وقدرة على جمع المعلومات وتوزيع الأنباء عبر العــالم بلغات متعددة. ولكلٍ من هذه الوكالات مكاتب في أكثر من مائة دولة، وتستخدم آلاف الموظفــين، وتعمل على مدار الساعة، وتوزع خدماتها للوكالات

المحلية، ولمحطات التلفزيون والإذاعة على طول العالم وعرضه، ومن ثم فإن الدول العربية تعتمد في استقاء أنبائها بشكل أساسي على هذه الوكالات، (في الوقت الذي أثبتت فيه الأبحاث العلمية تحيز هذه الوكالات ضد الدول العربية ودول العالم الثالث عموماً). يتم هذا في غياب وكالات أنباء تمتلك شبكة مراسلين خاصة بها في الدول العربية، إذ تعتمد بشكل أساسي على الاشتراك في وكالات الأنباء العالمية. وهذا يؤكد القول بأن (جميع دول العالم الثالث تتلقى 80% من الأنباء العالمية من لندن وباريس ونيويورك).

استطاعت هذه الوكالات الصمود، ومجاراة التقنية الجديدة في مجال الاتصال الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية، وعدلت من أساليبها، وإنتاجها، فتمكنت من الاستمرار في سيطرتها على حركة المعلومات في العالم، على الرغم من ظهــور وكالات أنباء تلفزيونية – تهتم بالخبر المصور – في ظل التقنية الجديدة.

ولا تقف مظاهر التدفق الإعلامي الغربي على حجم هذا التدفق فحسب، بل على نوعه أيضاً، ذلك أن الكثير من الأحداث الإيجابية التي تقع في العالم العربي يشوبها التشويه والتحريف، بل وغض الطرف عنها أحياناً، بينما هناك تركيز وتفخيم للأحداث السلبية كالكوارث والأزمات والحوادث.

(2) سيطرة المصادر الإخبارية المصورة على الأخبار العربية:

للأخبار المصورة أسلوبها الدقيق في التعبير، لذلك تميزت بقيمة إعلامية ربما تفوق الكلمة أحياناً. ولما كانت الدول العربية مثار اهتمام الغرب، فقد سعت الدول الغربية لبسط نفوذها الإعلامي على المنطقة العربية، ومن ثم وجهت الكثير من هذه الدول شبكات وقنــوات كبرى لتحكم سيطرتها على الأخبار المصورة في وسائل الإعلام العربية بشكلٍ خاص، وعليه فقد أصبحت الدول العربية تتلقى إرسال الشبكة الكابلية الإخبارية Cable News Network المعروفة اختصاراً بـــ CNN، ومن حسن طالع هذه الشبكة أن بدأ إرسالها إلى المنطقة العربية مع بداية حرب الخليج

الثانية، بعد اجتاح العراق للكويت، مما جعلها تحقق أرباحاً خلال الأزمة في تجارة المعلومات بلغت 134 مليون دولار.

كذلك تتلقى معظم الدول العربية الناطقة بالفرنسية إرسال القناة الفرنسية الدولية CFI

(3) الأقمار الاصطناعية:

استخدمت الدول الغربية الأقمار الاصطناعية في بث المواد الإعلامية إلى المنطقة العربية، ومن أمثلة ذلك ما قامت به فرنسا، حيث استخدمت تلك الأقمار في التبادل البرامجي مع الأردن لأول مرة على نطاق الدول العربية، وبموجب ذلك أصبحت تصل الأردن حقيبة إخبارية منتظمة من هيئة الإذاعة الفرنسية. كما اتفقت دول الخليج والتلفزيون الفرنسي على بث يومي عبر قمر المحيط الهندي.

ولما دخلت الدول العربية مجال استخدام الأقمار الاصطناعية، كان هذا الاستخدام لاستقبال الأخبار من الخارج وليس للتبادل الإخباري.

القسم الثاني
الإعلام الفضائي

القسم الثاني

الإعلام الفضائي

مقدمة:

إن التطور الكبير والسريع في تكنولوجيا الأقمار الصناعية جعل أقمار البث المباشر قادرة على التغطية الشاملة أو تغطية منطقة الخدمة بشكل أوسع مما تغطيه أقمار الخدمة الثابتة موصلة إرسالها إلى شاشات التلفزيون في المنازل مباشرة من دون أي تدخل من قبل أي جهة، متجاوزةً حدود الدول، فضلاً عن ذلك ما زالت العمليات التكنولوجية جاريةً لتسهيل عملية وصول البث المباشر إلى العالم الإسلامي والعربي بل والعالم أجمع بوسائل سهلة ورخيصة، إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي المباشر عن طريق الهوائيات الاعتيادية من دون الاستعانة بالأطباق الهوائية، ويتوقع أن يتم ذلك في مطلع القرن الحادي والعشرين

يشهد العالم حالياً تنافساً شديداً بين المحطات التلفزيونية الفضائية للاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المشاهدين، ومن ثم تحقيق الأهداف التي تصبو إليها تلك المحطات، ومما ساعد في ازدياد حمى التنافس التطورات الكبيرة التي تحققت في مجال تكنولوجيا الأقمار الصناعية. وتتسابق المحطات التلفزيونية الفضائية لتوفير أفضل الوسائل لجذب المشاهد على مستوى شكل البرامج ومضمونها، لا سيما أن المشاهد سيجد أمامه أكثر من أربعة آلاف اختيار من المحطات التلفزيونية الفضائية، وفي ظل هذا التدفق الذي لا تحده حدود فإن اختياره سيكون الفاصل الحاسم، وهو اختيار تحكمه في الغالب عوامل عدة، أي أن المشاهد سوف يحوّل مؤشر جهازه نحو المحطة التي تستهويه وتلبي احتياجاته. ومن ثم فإن تلبية رغبة المشاهد ستؤدي إلى إنتاج برامج هابطة يدّعي كثير من الإذاعيين أن الجمهور يريدها.

يعد العالم الإسلامي والعربي من المناطق المتعرضـة لبـرامج المحطـات التلفزيونية الفضائية، ومن أبرز تلك المحطات: محطة الـ سي إن إن (CNN) الأمريكية، و الـ بي بي سي (BBC) البريطانية والـ يورونيوز الأوروبية (Euro News) وهذه المحطات الثلاث أكثر شيوعاً وتغطية للعالم الإسلامي والعربي، والأخيرتان من المحطات الدولية التي خصصت جانباً من إرسالها باللغة العربية، وتنتمي هذه المحطات إلى دول متقدمة صناعياً وتقنياً في مجال الاتصالات الفضائية وهي الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة ودول السوق الأوروبية، وتعد هذه المحطات الثلاث من أكبر وأضخم المحطات الدولية الأجنبية سواء من حيث خدماتها المعلوماتية وفورية بث أخبارها على مدى الـ 24 ساعة، أو من حيث تقنيتها الفضائية وطاقمها الفني.

ويعد البث التلفزيوني الفضائي المباشر إحدى الظواهر الاتصالية الكبرى التي يتعرض لها ما يسمى بالعالم الثالث في الوقت الحاضر، والتي ستكون لها آثار سيئة في المجتمع، إذ أنها تتعامل مع عقول الناس من دون المرور عبر الرقيب أو حارس البوابة. في وقت لم يعد امتياز البث في القطر الواحد من مصدر واحد، ومن المحتمل بل من المؤكد أن يكون لهذا التأثير جوانب سلبية على عادات المجتمع وتقاليده وقيمه.

الفَصْلُ الأَوَّلُ

القنوات الفضائية

الفصل الأول

القنوات الفضائية

فالقنوات الفضائية اليوم هي وسيلة العصر الأساسية فقد تبين من متابعة لمدى انتشارها أن بعض الدول تلتقط 70 قناة بهوائيات ترفع على السطح تستقبل من خلالها ما يبث مباشرة عبر الأقمار الصناعية، ومالكوها يبثون عمدا وإصرارا رسائل معينة يتوفر لها من أسباب الجذب والإغراء ما يجعلها محط أنظار المشاهدين الذين يستطيعون استيعاب جوانب كثيرة من الرسالة المبثوثة بحكم المزج بين الصوت والصورة، وذلك ما جعل هذه الوسيلة الجديدة أداة طيعة في أيدي الصالحين الذين يحسنون الانتفاع بها، وكذلك أداة طيعة في أيدي العصاة الذين يفسدون بها.

وإدراك حقيقة إمكان استخدام القنوات الفضائية في الخير والشر هو بداية المواجهة القائمة على أسس علمية صحيحة تؤدي إلى تجاوز مشكلة التعامل معها إلى موقع حضاري متقدم ينقل الأمة من الدفاع إلى الهجوم، ومن استيراد متطلبات الاستخدام الأمثل للقنوات الفضائية إلى تصدير البرامج ذات المضمون السوي، ومن التأثر بما فيها إلى التأثير عالميا.

نتحدث في هذا الفصل عن القنوات الفضائية العربية ودورها في خدمة المجتمع العربي، والقضايا العربية، في مواجهة التدفق الاعلامي الدولي، ومتطلبات نجاح هذه الفضائيات في التعريف بالثقافة العربية، والتواصل الثقافي وصولا لاقامة فضائية عربية موحدة قادرة على بناء تواصل عربي متوافق يقدم صورة الحضارة العربية للمشاهد الاجنبي، ومواجهة الاختراق الاعلامي للوطن العربي.

فإنه كان لا بد من إثارة جملة من الأسئلة تكون الإجابة الصحيحة عنها هي الحصيلة العلمية التي يخرج بها من هذا البحث، وأهمها في نظري:

- ما القنوات الفضائية؟
- وما طبيعة استخداماتها في الوقت الحاضر؟
- ما حجم الفضائيات التي يمكن استقبالها في العالم؟
- ما حجم الفضائيات العربية في الفضاء الدولي؟
- ما انواع هذه الفضائيات وتوجهاتها في الوطن العربي؟
- ما حجم الاتفاق الدولي على الاعلام؟
- ما دور وثيقة المبادئ للبث الفضائي العربي الصادرة عن مجلس وزراء الاعلام العرب في تنظيم البث الفضائي؟
- ما أهم الفضائيات العربية؟

تحول الإعلام اليوم من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية، والاجتماعية والاقتصادية لما له من قدرة على دعم الاتجاهات لدى الأفراد والجماعات أو تعديلها أو تغييرها.

وفي ظل هذا التحول يمكن تقرير حقيقة غاية في الأهمية هي أن التلفزيون- والقنوات الفضائية أحد أشكاله- قد أثار من المناقشات والجدل العلمي أضعاف ما أثارته وسائل الإعلام الأخرى، ومن خلال تلك المناقشات يتحدد موقع التلفزيون في عملية التأثير وتبادلا المعاني في المجتمع، فقد كشفت الدراسات والأبحاث والمناقشات عن توجهات بحثية تمثلت في ثلاثة نماذج، نموذج الآثار القوية، ونموذج الآثار المحدودة، ونموذج الآثار المعتدلة، وضمن كل نموذج جملة من الافتراضات والنظريات العلمية. ومن كل ذلك نلحظ ضرورة وجود تأثير بغض النظر عن مستواه، وطبيعته، وآثاره وخاصة أن الإعلام اليوم لم يعد قاصرا على إشباع الاهتمامات وغرس المعلومات، وإنما تحول إلى صناعة الاهتمامات وإعادة

التشكيل الثقافي للإنسان من خلال الأوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات المتطورة، والتي عجز الإنسان أمام سطوتها عن متابعة ما تقدم والإحاطة به ولو في حدود حاجته واهتمامه.

واستنادا إلى ما تقدم وفي ظل النظر إلى الاتصال على أنه طريقة للتفكير لا تقتصر فقط على الخطابة في الجماهير، بل تشمل السلوك الإنساني كله، فإنه يمكن إدراك خطورة نمط الإعلام الفضائي، ذلك أن العالم اليوم يشهد ميلاد بيئة إعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني، وتجاوز الحدود، والانعتاق من الرقابة، وتعددية في قنوات الاتصال مع تفاعل بين المادة الإعلامية والمستقبل، ولا يعزب عن البال خطورة هذه البيئة التي لم نكن صناعها على نسيجنا الثقافي والسياسي والاقتصادي، فديننا كان ولا يزال هدفا للاختراق والغزو.

وقد برز في الآونة الأخيرة اهتمام كبير بالتواصل الفضائي في مجالات عديدة، خاصة من الدول الصناعية التي سخرت الفضاء لخدمة أغراضها وفي مقدمتها الأغراض الإعلامية بحكم أن الإعلام هو الأقدر على الكشف عن طموحات المستقبل في ظل تطور الاتصالات الفضائية، وانتشار القنوات الفضائية تبعا لذلك رغبة في توسيع نطاق التعامل بين المرسل والمتلقي أينما كان.

ومن ثم كان استخدام الأقمار الصناعية في الاتصال والإعلام استجابة لضرورة عصرية ملحة نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم على النطاقين المحلي والعالمي. فقد برز الاتصال والإعلام وأصبح إحدى أهم قنوات التواصل والتفاعل بين شعوب العالم ودوله دون أدنى اعتبار للنطاقات الجغرافية أو الحدود السياسية أو السيادة الوطنية، أو حقوق الدول في السيطرة على ما يقدم لشعوبها من معلومات عبر قنوات الاتصال المختلفة، مما أدى إلى ظهور ظاهرة عالمية الاتصال، وانتشار القنوات الفضائية الحكومية والتجارية، واحتدام المنافسة بينها في مجالي التسويق السياسي والتجاري.

كما أدى إلى تجدد الدعوات لإقامة نظام إعلامي جديد على المستويين الوطني والدولي بعد أن أصبح تحت تصرف الإنسان أنماط جديدة وقوية للاتصال ينبغي أن تكرس لإثراء حياة الإنسان لا السيطرة عليه.

فعن طريق استخدام الأقمار الصناعية ذات القوة العالية أمكن إرسال كم هائل من المعلومات، مما يؤثر على فهم الإنسان وقناعته تجاه المواقف المختلفة إبلاغا، وإقناعا، وتوجيها، وحوارا، وبأشكالها المختلفة، صوتا، وصورة، ونصا من مصدرها على الأرض إلى جهاز المستقبل مباشرة من غير اعتبار للزمان والمكان، وعلى ذلك فكل مجتمع من مجتمعات اليوم عرضة لاختراق الفضائيات لأجوائه حاملة مضامين إعلامية شرقية أن غربية دون إذن مسبق بتجاوز الحدود مما مثل انفتاحا على العالم لم يسبق له مثيل، وما ذلك إلا ثمرة للرقي المتتابع في العلوم والتقنيات وبخاصة علوم الفضاء وتقنيات الاتصال، مما ستكون له آثار لا يعلم مداها إلا الله سواء في الجوانب الإيجابية أو السلبية.

ذلك أن النتائج الأولية لثورة الاتصالات ممثلة في الأقمار الصناعية وشبكات المعلومات، والنظام الإعلامي الشامل من شأنها إحداث تأثيرات بعيدة في جوانب عديدة من حياة الإنسان الذي يتعرض لكم هائل من المعلومات هو نتاج هذه الظاهرة الإعلامية الكونية التي ليس بالإمكان قياس نتائجها المتوقعة بأدوات سابقة ليست ملائمة لها، ولا متفقة مع حقيقتها على المستويات التقنية والمعرفية والأبنية الاجتماعية والثقافية.

ولا نبالغ إذا قلنا إن المجتمع الإنساني بالهيمنة الاتصالية الحديثة، والتكنولوجية المتطورة قد يتعرض للإرباك والفوضى، حيث أدت تلك التطورات في أجهزة الحاسوب ووسائل الاتصال إلى تدعيم دور الاتصال وتأثيره.

وما يهمنا في الحقيقة هو القنوات الفضائية حيث قفز عدد ما يتضمنه منها قمر انتلسات 6 إلى 80/000 قناة صوتية محققة ضعف عددها في أقمار الستينات

ب 165 مرة مع زيادة في عمرها الافتراضي من عدة أشهر إلى عشر سنوات وأكثر.

وتنقسم مدارات الأقمار الصناعية حاملة القنوات الفضائية إلى أربعة مدارات (الثابت، والأرضي المنخفض، والأرضي المتوسط، والواقع بين الأرض والقمر).

والأقمار الصناعية في الحقيقة أنواع منها ما هو خاص بالاتصالات ومنها ما هو خاص بالتلفزة المباشرة، وهذا هو ما يعنينا، وقد بلغ عددها (20) قمرا صناعيا. وربما كان من الضروري أمام تزايد الأقمار الصناعية، وتزايد القنوات الفضائية العربية إيراد تساؤلات عن أهداف التسابق العربي لإقامة المزيد من القنوات الفضائية، أهو خدمة للإسلام أم نشر للثقافة العربية، أو سعي وراء مكاسب مالية أو سمعة عالمية.

- **الفضائيات العالمية**:

المشاهد العربي هذه الايام يستطيع مشاهدة ما يزيد عن خمسة الاف قناة في اليوم وهوجالس في بيته اذا امتلك جهاز (ديكودر).

- منها 1886 قناة مفتوحة ومتاحة للجميع
- منها 281 قناة باللغة العربية ويزيد
- منها 202 قناة متخصصة
- (17 اخبارية، 45 غنائية، 18 دينية، 11 اسلامية، 7 مسيحية، 34 قناة مفتوحة على القمر الاوروبي، غير الشعوذة والسحر والافلام والجنس والاباحية).

في المقابل، قناة واحدة للبحث العلمي (المنارة)، وقناة للتعليم العالي، وقناة واحدة للصحة، بالاضافة الى المساحات الواسعة على شبكة الانترنت التي تهدد مع التطور الهائل وسائل الاعلام والاتصال خلال السنوات العشر القادمة بحكم تزايد قدرة أجهزة الكمبيوتر.

- **الإنفاق**:

منها المليارات من الدولارات تنفق على الاعلام في الدول الغربية (أمريكا وأوروبا) حتى عام 1986، وبالطبع فإن الزيادة في الانفاق بعد ذلك حتمية وأكيدة في ظل هذا التطور.

- **الإنفاق الاجمالي**:

حوالي 1185 مليار دولار:

- منها 55 مليار دولار للولايات المتحدة الامريكية.
- منها 267 مليار دولار للاتحاد الاوروبي.
- منها 253 مليار دولار لليابان.
- منها 150 مليار دولار للمتنافسين من الدول الصناعية الاخرى.

- **الانفاق العربي على التسليح**:

من 4% - 13% من الناتج القومي ولا نعرف مقدار الانفاق العربي على الاعلام والاتصال في مواجهة الدعاية والتدفق الاعلامي.

وزراء الاعلام العرب رصدوا 30 مليون دولار لتحسين صورة العرب من خلال حملة اعلامية واسعة، بالاضافة الى ميزانية خاصة لانتاج مسلسل حول القدس... وما نزال ننتظر.

- **الفضائيات العربية**:

التجربة العربية في الفضائيات غنية ومتنوعة، ومع ذلك فهي ما تزال بكل المقاييس في خطواتها الأولى، وما تزال حلبة التنافس مفتوحة مما استدعى وزراء الاعلام العرب إلى إصدار وثيقة خاصة لتنظيم البث الفضائي، وهو ما آثار زوبعة إعلامية متعددة الاتجاهات والأفكار وتحتاج إلى دراسة وقراءة هادئة ومسئولة على المستوى العربي بعامة والمستوى القطري بخاصة.

أهم الفضائيات العربية:

سنتحدث بإيجاز عن القنوات الفضائية التالية حسب الأسبقة:

1- القنوات الفضائية المصرية.

2- قناة الجزيرة.

3- شبكة ART

4- شبكة اوربيت ORBIT

5- شبكة MBC

6- شبكات أخرى في هذا السياق:

ونحاول في عجاله التوقف عند هذه الفضائيات كما يلي:

أولاً: الفضائية المصرية:

بدأ التخطيط عام 1989، والبث التجريبي في 1990/11/5 متواكبة مع أزمة الكويت والعراق وكانت في بدايتها تغطي مساحة في حدود 12 دولة عربية وهي اليوم عالمية وبدأ البث في 1990/12/12 عبر القناة غزيرة الأشعاع على القمر الصناعي العربي (عربسات).

في عام 1993 بدأ الارسال إلى العالم الخارجي على الفضائية الأولى على القمر الأوروبي (يوتلسات Eutelsat) لتصبح مصر في قائمة الدول المستفيدة من عصر الثورة التكنولوجية في استغلال الفضاء لخدمة أهداف الدولة.

- تغطي الفضائية المصرية الدول العربية والدول الأفريقية والدول الأسيوية والدول الأوروبية ثم امريكا عام 1994.

ثانيا: قناة النيل الدولية Nile T.V

وهي أول قناة عربية دولية باللغتين الانجليزية والفرنسية على ثلاثة أقمار صناعية بالإضافة إلى بثها على قناة U.H.F من أجل مشاهدتها في مصر، وتغطي

العالم العربي على النايل سات، وكذلك الشرق الأوسط ونصف إفريقيا الشمالي وأوروبا والولايات المتحدة.

البث التجريبي في أكتوبر 1993 لمدة اربع ساعات.

يبدأ البث المنتظم في 1994/5/31

ثالثاً: القناة الفضائية المصرية الثانية:

- بدأ الارسال يوم 1996/5/31 كقناة عامة مشفرة تعمل من خلال الاشتراك وتذاع على ثلاثة أقمار صناعية ضمن نظام حزمة (الأوائل) وتذاع على القمر الصناعي المصري نايل سات طوال 24 ساعة يومياً وتغطي العالم العربي والشرق الأوسط وأوروبا والنصف الشمالي من أفريقيا وتهتم بالإعلانات كمورد مالي

رابعاً: قناة النيل للاخبار:

- تتبع القنوات المتخصصة وهي القناة المصرية الوحيدة المتخصصة في المجال الإخباري، كما كانت قناة الدراما باكورة قنوات النيل المتخصصة في سبتمبر عام 1996.
- في فجر يوم 1998/4/29 انطلاق القمر الصناعي المصري (نايل سات 101) ليواكب عصر ثورة المعلومات والاتصال وتكنولوجيا الضغط الرقمي وبذلك تكون مصر رقم (60) في نادي الفضاء الدولي.
- في 1997/6/9 قرار بقطاع القنوات المتخصصة برئاسة حسن حامد ويضم القنوات التالية:
  1- قناة الاخبار.
  2- القناة الثقافية.
  3- قناة المنوعات.
  4- قناة الاسرة والطفل.

5- القناة الرياضية.
6- القناة التعليمية.
7- قناة المعلومات.
8- التعليم العالي.

- بدأ البث التجريبي لقناة النيل للاخبار في 1998/5/31 لاربع ساعات.
- البث الفعلي في 1998/10/6
- تستقي معلوماتها من وكالات الأنباء العالمية ومصادر خاصة ومن شبكات المراسلين، وتتميز بالسرعة والحيوية والميدانية، وتعمل بروح الفريق والتعاون واضح الانتاج.

خامسا: مركز تلفزيون الشرق الأوسط:

قناة تلفزيونية خاصة تملكها شركة (آرا) للانتاج الإعلامي الصورية، وبدأت بثها في 1991/9/18 وهي فكرة بدأت في الثمانينيات انطلقت من رجل الأعمال السعودي وليد بن ابراهيم الابراهيم رئيس مجلس ادارة مجموعة (آرا) للانتاج الاعلامي، وهي مرخصة من قبل الهيئة البريطانية الاهلية المختصة بشئون التلفزيوني المستقل في لندن.

تغطي MBC من استديوهاتها في لندن عبر القمر الصناعي (يوتلسات- 2-ف-1)، منطقة واسعة تمتد من الدول الاسكندنافية وحتى دول المغرب العربي، ومن ايرلندا، وحتى دول أوروبا الشرقية بما في ذلك جميع دول أوروبا الغربية، وجميع المنطقة العربية، بالإضافة إلى المشاهدين في أوروباO

سادسا: القناة الفضائية الأردنية:

تعمل القناة على الخير Band وتبث عبر القمر الصناعي (عربسات) وتغطي الدول العربية وتستعين باستوديووهات التلفزيون الأردني، باعتبارها مملوكة للدولة وتعكس سياسة الدولة، وقد بدأ البث مع نهاية عام 1992.

سابعاً: قناة دبي الفضائية:

- بدأت الخدمة في 1996/8/6 في الامارات من ابوظبي
- البث الفضائي من دبي في 1992/10/27 عبر القمر الصناعي العربي (عربسات) وعبرالقمرين الصناعيين الاوروبي يوتلسات، والامريكي جالكسي في 1993/11/15
- قناة دبي الفضائية أول محطة عربية فضائية تبث برامجها على مدار 24 ساعة يومياً، وهي ليست قناة خاصة لافرادوتخضع لقانون النشر في دولة الامارات.

ثامناً: الفضائية الكوميدية:

- يبدأ البث التجريبي للقناة في أغسطس 1992 بعد تحرير الكويت على أثر أزمة الكويت والعراق التي بدأت باجتياح الجيش العراقي للكويت في 1990/8/2، وكانت الحرب في 1991/1/17.
- مملوكة لدولة الكويت ممثلة في وزارة الاعلام وهي مسئولة عن تمويل القناة وتشغيلها، وتعكس الرؤية السياسية.
- وتشهد الكويت هذه الفضائيات ظهور عدد من القنوات الفضائية المستقلة.

تاسعاً: الفضائية المغربية:

- بدأ البث التلفزيوني في المغرب في يوليو 1952 على يد شركة فرنسية وباللغتين العربية والفرنسية.
- البث الرسمي التلفزيوني في 1962/3/3 في ذكرى العرش.
- بدأ البث الفضائي التجاري عبر قناة MZ في 1998/3/4.
- القناة المغربية الحكومية في مارس 1993 وتعتمد على اللغة العربية بينما الخاصة والتجارية باللغتين العربية والفرنسية.

عاشراً: قناة أوربيت الاعلامية(Orbit):

- تتبع شركة أوربيت السعودية للاتصالات وهي فرع من شركة الموارد السعودية للاستثمارات.
- أوربيت شركة اتصالات متخصصة في بث القنوات الخاصة بها وإعادة بث قنوات عالمية.
- مقر القناة أوربي في جزر فيرجين في البحر الكاريبي ولها فروع في أنجلترا وإيطاليا وقبرص والولايات المتحدة.
- بدأت البث المشفر في 25/مايو 1994 وبشكل واسع.
- تشتمل على عدد من القنوات، الافلام، الأسرة والمغامرات والاطفال والخدمات الاخبارية.

حادي عشر: قناة الجزيرة:

- بدأت بث إرسالها لمدة ست ساعات 1996/11/14 على القمر الصناعي العربي (عربسات) والقمر الاوروبي (يوتلسات) الى الخليج العربي والشرق الاوسط وشمال أفريقيا وأوروبا وأمريكا وكندا.
- زاد الارسال الى 12 ساعة في يونيو 1997، ثم الى 18 ساعة في 1997/11/1.
- في 1998/11/1 الارسال على مدار أربع وعشرين ساعة.
- الجزيرة بمرسوم أميري قطري من الشيخ حمد بن خليفة أمير قطر في شهر فبراير 1995 لإنشاء قناة فضائية بغرض تحديث الاعلام القطري ووصفه على خريطة الاعلام الدولي.

ثاني عشر: راديو وتلفزيون العرب ART

- بدأ راديو وتلفزيون العرب كشبكة تلفزيونية خاصة في 1993/10/18، يملكها رجل الاعمال السعودي صالح كامل.

- بدأت قناة فضائية واحدة على القمر العربي (عربسات) في منطقة (فوتشـــينو) القريبة من العاصمة الايطالية روما.
- يتبع هذه القناة عدد من القنوات المتخصصة مثل:
  - قناة المنوعات في 1993/10/15.
  - القناة الرياضية في 1993/11/16.
  - قناة الافلام في يناير 1994.
  - قناة الموسيقى في 1994/7/21.
  - قناة امريكا موجهة لامريكا الشمالية في 1996/3/4 ولامريكا الجنوبيــة فـــي 1996/8/21 على القمر الامريكي ستار- 1.
  - قناة التسويق Art Shopping في 1996/1/21.
  - قناة استراليا: منتصف عام 1996 بنظام الكيبل موجهة للعرب.
  - قناة افريقيا في ديسمبر 1996.

الفصل الثاني

نشأة وتطور الفضائيات العربية

الفصل الثاني

نشأة وتطور الفضائيات العربية

يشهد العالم حالياً مرحلة جديدة من التطور التقنـي، امتزجـت فيـه نتـائج وخلاصات ثلاث ثورات هي: ثورة المعلومات وثورة وسائل الاتصال المتمثلة فـي تقنية وسائل الاتصال الحديثة، وأخيراً ثورة الحاسبات الالكترونية التي امتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها، وقد أدت الثورة التكنولوجية الهائلـة فـي مجـال المعلومات والاتصال الى تعدد وسائل الاعلام وتزايد قدرتها على جمع المعلومـات وتوزيعها، ولم يعد دورها يقتصر على نقل المعلومات فقط، بل (أصـبحت تلعـب دوراً مهماً في رسم الصور للشعوب والدول والمنظمات على حد سواء).

وفي عصرنا الحديث ومع التطور المتسارع والمستمر للأقمار الصناعية في مجال الارسال والاستقبال. أصبحت القنوات الفضائية حقيقة لا يمكن تجاهلها علـى الرغم من احتدام النقاش حول آثارها، واختلاف الآراء وانقسامها بـين معـارض للغزو الثقافي من خلال هذه القنوات، خوفاً على الهوية الوطنية ومؤيـد للانفتـاح الثقافي على العالم.

وسعياً وراء مواكبة عصر البث الفضائي والتـأقلم مـع اقتصـاد السـوق. اضطرت الأقطار العربية الى تجاوز نظام الامتيـاز واحتكـار البـث الاذاعـي والتلفزيوني تاركة للقطاع الخاص العمل في هذا المجال، فظهـرت الـى الوجـود فضائيات تابعة للحكومات من حيث التأسيس لكنها تتمتع باسـتقلالية كاملـة علـى أصعدة رسم السياسات والخطط والتنفيذ البرامجي والمالي، وأخرى تعود الى قطاع خاص يقوده رجال مال وأعمال. وفي كلا الحالتين كان الهم الأول ليس ما يقدم الى للمشاهد وانما حساب مقدار الربحية التي تجنيها هذه الفضائيات التي ركز معظمهـا على الجوانب المرتبطة بالتسلية والترفيه معتمدة في ذلك علـى المسـتورد الفنـي الأجنبي هرباً من تكلفة الانتاج، ولم تشدد هذه الفضـائيات علـى مضـمون هـذا

المستورد وفيما اذا كان يتضمن (التحريض على ارتكاب الأفعال غير المشروعة قانوناً أو يشكل تجاوزاً على أعراف وتقاليد المجتمع أو انه يروّج لمفاهيم تمثل اعتداء على كرامة الفرد).

وقد عمد العديد من هذه الفضائيات الى (استغفال) المشاهد في برامج المنوعات المباشرة وتحميله تكلفة مالية كبيرة من خلال الاتصالات التي تجريها من مقر الفضائية نظير (لا شيء) معرفي أو أية معلومة مفيدة أو نافعة، هذا اضافة الى جرعات الاحباط التي يصاب بها المشاهد بسبب سعي هذه الفضائيات الى محاولات تغيير قناعاته التي يؤمن بها فيما يتعلق بالسياسة والدين والمجتمع.

البرامج والمسلسلات الأجنبية التي لا تلتقي مع المتلقي في معتقداته في السياسة والدين وأعرافه الاجتماعية. وبالنظر الى مكانة وحجم الانتاج الأجنبي الذي يتم تضمينه لمختلف البرامج، نجد أن (اللجوء الى الانتاج الأجنبي يبدو طاغياً وتتراوح نسبته بين 75ـ 100 % فيما يتعلق بالأفلام والمسلسلات) وعلى أية حال فأن القنوات الفضائية أخذت تزاحم وسائل الاتصال الأخرى وتأخذ منها جمهورها، وقد أسفر ذلك عن (تأثير سلبي على معدلات القراءة والاستماع والمشاهدة لوسائل الاتصال الوطنية، نتيجة لأساليب الجذب والتشويق والجرأة والاثارة في شكل ومضمون ما يقدم عبر هذه القنوات العربية والأجنبية، سواء كانت قنوات عامة أو متخصصة. مفتوحة أو مشفرة) ولذلك فإن مدخل (الاستخدامات والاشباعات) يهتم بأسباب اختيار جمهور المتلقين لقنوات ووسائل الاتصال. وفي عالمنا العربي تعتبر الفضائيات العربية التي بدأت انتشارها أواخر القرن العشرين ثورة في عالم التكنولوجيا في عصر المعلومات، حيث غيّرت كل المفاهيم تغييراً جذرياً، فما كان يراه بالأمس بضعة آلاف، أصبح اليوم عدد من سكان الكرة الأرضية يقدر بالمليارات، وأصبح التنافس بين الفضائيات العربية يمثل ظاهرة صحية بالنسبة للمشاهد العربي. وتجتهد كل قناة تلفزيونية فضائية في جذب عدد أكبر من المشاهدين اليها، لأن ذلك يعود عليها بالفائدة الاقتصادية. ويرجع تاريخ الفضائيات

العربية الى (أواخر عام 1990 والذي شهد انطلاق أول قناة فضائية عربية وهي القناة الفضائية المصرية الأولى) التي بدأت بثها في 22 ديسمبر عام 1990 والتي كانت البداية لانطلاق قنوات فضائية عربية عديدة ومتنوعة، سواء كانت قنوات حكومية أم قنوات خاصة. بل أن الملفت للنظر هو تزايد عدد القنوات العربية بوضوح في السنوات الأخيرة، فبعد أن كان يقدر عددها بعشرين قناة في منتصف التسعينيات. تجاوز عددها الآن المائة بكثير. الأمر الذي أدى الى زيادة حدّة المنافسة بين الفضائيات العربية أو بين الفضائيات العربية والأجنبية. ووفقاً لاحصاء اتحاد الاذاعات العربية. يبلغ عدد القنوات الفضائية العربية أكثر من 140 قناة، وقنوات أخرى في طريقها الى الانطلاق بمعدل 4 أو 5 قنوات جديدة منها 75 قناة عامة و65 متخصصة: أطفال. رياضة. أخبار. سينما. دراما. موسيقى. منوعات. ثقافة. تعليمية. خدمات. اعلامية. أفلام وثائقية.

وقد زادت حدة المنافسة بين الفضائيات العربية لجذب أكبر عدد من المشاهدين وسلكت من أجل ذلك شتى الطرق والوسائل المشروعة وغير المشروعة، فكان أن حقق بعض هذه الفضائيات نجاحاً مشهوداً على المستوى العربي، ونالت المصداقية واستطاعت بالفعل أن تجذب الجماهير إليها. في حين أن بعض الفضائيات ظلت أسيرة نطاقها الضيق ولن تعد عن كونها إعادة بث للقناة الأرضية يعمل مواطنوها على تجاوزها إلى فضائيات أخرى لمعرفة أخبارهم المحلية الصحيحة، وقد توقع كثيرون أن تسهم هذه الفضائيات في رفع سقف الحرية ونشر الثقافة وتقديم الأخبار الأكثر صدقاً واحتراماً لعقل المشاهد، والانطلاق من أسر المحليات إلى الفضاء العربي والدولي، فلا (يبقى المشاهد أسير أخباره القطرية المصاغة بأحكام وتوجيه من القائمين عليها)، بل يصبح للمشاهد مطلق الحرية في انتقاء القناة التي يرى أنها تزوده بالخبر الصحيح أو الأكثر اقناعاً في الأقل.

ولعل إحدى المهام الأساسية لمنظري الاعلام ودارسيه وممارسيه، هي العمل على تجميع النتائج العلمية حول آثار ظاهرة الفضائيات على الفرد والمجتمع، حيث

تتفاوت النتائج بين مؤيد ومعارض، فمن جانب يرى المنتقدون للفضائيات العربية (أن ممارساتها أدت الى تدهور مستوى الذوق الثقافي العام)كما عملت هذه الفضائيات على ترسيخ الشعور باللامبالاة وساهمت في الانهيار الاخلاقي العام وشجعت الجماهير على تسطيح القضايا الحيوية، وكرست الخلافات والانشقاق العربي، هذا إضافة الى ما تبثه بعض الفضائيات العربية من إنتاج أوروبي وأمريكي (يتعارض شكلاً وموضوعاً مع القيم والعادات والتقاليد الشرقية والقيم الاخلاقية المستمدة من التعاليم الدينية) الأمر الذي يساهم في توجيه النشىء إلى التقليد والمحاكاة في المظهر والتصرفات، كما أن هناك سلبيات اقتصادية تتمثل في الافراط في الاعلانات خلال فترة البث مما يؤدي إلى ارهاق ميزانية المواطن ومن أولى مظاهر ذلك، الاتصالات التلفزيونية التي يجريها أفراد من الأسرة مع البرامج الحيّة مما يساهم في زيادة الانفاق من الدخل الاسري والتأثر سلباً على الاولويات التي يجب أن يوجه اليها دخل الاسرة.

من جانب آخر يركز المدافعون عن الفضائيات العربية على العديد من الجوانب الايجابية فيها ومنها (أنها تلبي حاجة المواطن إلى المعرفة وتتيح تعددية الآراء وتدعم حرية التعبير وتساهم في الكشف عن الأخطاء وتعرية مواطن الفساد وتساهم في توعية وتثقيف ملايين المشاهدين كما أن هذه الفضائيات تقدم تسلية.

يومية لا ضرر منها للجماهير التي تحتاج إلى الهروب من أجواء التوتر والقلق وتدفعهم إلى الاسترخاء وتجديد النشاط، كما أنها تساهم في تحقيق نوع من الترابط الفكري والحضاري بين أبناء الشعب العربي، وهي تقوم أيضاً بتصحيح المفاهيم المغلوطة المتعلقة بالشعب العربي والشعوب الاسلامية التي ترددها الفضائيات الأجنبية، هذا إضافة إلى تسليط الضوء على جميع القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية في الوطن العربي.وبعيداً عن مواقف المؤيدين والرافضين، نجد أن الفضائيات العربية بحاجة الى مراجعة مدى التزامها بالمبادىء والأصول المهنية والتمتع بالاستقلال في اتخاذ القرارات لتحقق لها المصداقية التي

تُقرّبها من المتلقي العربي، كما (أن على هذه الفضائيات الالتزام بمنهج ادارة الجودة الشاملة بحيث تكون لادارة المحطة الفضائية رؤية خاصة بها تنطلق من قناعاتها بدورها القومي والاجتماعي والتنويري) فضلاً عن اعتمادها لأسلوب التحسين المستمر وتهيئة بيئة عمل داخلية بما يتفق مع المتغيرات المحلية والعربية والعالمية التي تحدث كل يوم.وعلى الرغم من أن العديد من الفضائيات العربية أعطت الأولوية للانتشار الجغرافي على حساب المضمون. مركزة في ذلك على المواد الجاذبة للمتلقي العربي مثل برامج المنوعات والأغاني والدراما التي تغرق المشاهد في حالة من السعادة الوهمية وتُدخله في حالة من تغييب الوعي، إلاّ أن هناك جوانب ايجابية عديدة في أداء الفضائيات العربية وفي مقدمتها أنها أتاحت توفير عدد متنوع من الاختيارات أمام المتلقي العربي في ضوء انتشار الفضائيات المتخصصة التي تخدم جهود التنمية في الوطن العربي، كما (أن عدداً من هذه الفضائيات مدّت الجسور مع المشاهد العربي في الخارج وأوصلت صوت العالم العربي إلى الجمهور الخارجي) والمطلوب من هذه الفضائيات العربية أن تأخذ دورها الكامل والايجابي وأن يكون لها موقعاً في الفضاء الاعلامي العالمي لتتمكن من مواجهة مخاطر ما تبثه الفضائيات الأجنبية من مضامين وأفكار مغايرة للقيم والاخلاقيات العربية وأن تبتعد هذه الفضائيات عن محاكاة المضامين الأجنبية بمضامين عربية قد تحقق في شكلها العام اشباعاً لاحتياجات الجمهور العربي من المواد والبرامج المنوعة إلاّ أن هذا الاشباع قد يتسرب من خلاله العديد من المواد والبرامج الهابطة والمضامين الفاسدة. أن الفضائيات العربية في وضعها الحالي (باتت تكتسب جمهوراً من جانب، لكنها تخسر جمهوراً أكبر من جانب آخر). وبالنسبة لما تبثه القنوات الفضائية العربية من مضامين إعلامية فأن (الدعوة تبدو ملحة لوجود معايير وضوابط تلتزم بها هذه الفضائيات) وهي لا تعني بالتأكيد المساس بالحرية الاعلامية لهذه القنوات، انما هي معايير وضوابط ترتبط باخلاقيات المهنة بوجه عام.

مما تقدم أن مدخل (نظرية) الاستخدامات والاشباعات يقوم على مبدأ الجمهور (النشيط) الذي يبحث عن الوسيلة الاعلامية التي تحقق له اشباعات معينة، والمدخل (النظرية) يمثل مرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور وهو يهتم بتحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الاعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة. **وترجع عملية (استخدام) الجمهور للوسيلة الاعلامية الى أسباب عديدة منها:**

الخلفية الثقافية، الذوق الشخصي، أسلوب الحياة، الجنس، السن، مستوى التعلم، ونوع الاشباع الذي توخى الفرد الحصول عليه من التعرض للوسيلة الاعلامية، وهذه كلها أو بعضها تأثر على اختيار أو (استخدام) الفرد للوسيلة الاعلامية. وبموجب هذه النظرية (المدخل) لم يعد الجمهور مجرد متلق سلبي يقبل بما تقدمه الوسيلة الاعلامية له، وإنما أصبح جمهوراً نشيطاً إيجابياً يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له ويتحكم في اختيار الوسيلة الاعلامية التي تقدم له هذا المضمون.

- أما نظرية (الغرس) فتقوم على أساس الاعتراف بقوة وسائل الاعلام وأثرها الاجتماعي على المتلقين انطلاقاً من فرضية (التراكم) لقياس الآثار طويلة المدى التي تتركها وسائل الاعلام، خاصة التلفزيون على المتلقين عند تعرضهم لمضمون معين ولمدد تعرض طويلة. وتلتقي هذه النظرية مع مدخل (الاستخدامات والاشباعات) في التأثير على المتلقي من خلال (المضمون المرئي) الذي يلبي حاجة ما عند المتلقي أولاً ومن ثم التأثر بهذا المضمون ثانياً، اذ أن كلاً من مدخل (الاستخدامات والاشباعات) ونظرية (الغرس) يقومان على أساس التأثير على (المتلقي) وإحداث قناعات جديدة لديه من خلال (غرس) تصورات وقيم جديدة وفق ما يوحي به (المضمون) الملبي لحاجات الفرد السياسية والاجتماعية والدينية والثقافية.

- أن التلفزيون ومن خلال ما يقدمه من رسائل موحدة وصوراً يجعل المشاهدين يعتقدون أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يصوّر بها من خلال عدسة التلفزيون، وهنا يُظهر المشاهدون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع، حيث أن تطابق ما يراه الأفراد في عالم التلفزيون مع الواقع المحيط بهم يزيد من تأثيرات (الغرس) لديهم.

- أن وسائل الاعلام، وعلى رأسها التلفزيون، تستطيع أن تخلق نوعاً معيناً من الجمهور يؤمن بما تطرحه حتى وإن كان يخالف قناعاته حيث أن الاتساق بين ما يطرح وتكراره يرسخان الفكرة المطروحة ويجعلانها مقبولة للتصديق وللايمان بها من قبل الجمهور المستهدف. وتساهم وسائل الاتصال في التأثير المتدرج على الفرد المتلقي من حيث تكوين فكره السياسي والثقافي من خلال امداده بالمعلومات والمعارف وصولاً الى تشكيل آراءه ومعتقداته واتجاهاته ومن ثم سلوكه داخل المجتمع. وقد أصبح التلفزيون في أحيان كثيرة عاملاً مساعداً في صنع الأحداث وفي أحيان كثيرة مشاركاً فيها، والجمهور المتلقي قد لا يصغي إلى أية وسيلة إعلامية أخرى إذا كان ما تقوله مخالفاً لما تقوله الصورة، إذ أن الصورة يمكن أن تقول ما تعجز عنه الكلمات. والتلفزيون قد لا ينقل الحقيقة كاملة أو أنه يقدم شيئاً مخالفاً للواقع وهو في كل ما يعرضه يوفر عنصر التشويق ويقرب من الاقناع من خلال الواقع الجديد الذي ينقله عن الحدث ويسوّقه للجمهور، إضافة إلى أن الافراط في التغطية الاعلامية يجعل الحدث مهماً وحقيقة قائمة، وما دام ما يقدم ويعرض هو الحقيقة في نظر الجمهور المتلقي أو أنه الأقرب إليها فإنه ليس على المتلقين، خاصة إذا كانوا أميين أو، أنصاف متعلمين، إلاّ أن يصدقوا ما ينقله التلفزيون من صور بسيناريو محكم ومضمون معقول تستطيع أن تجمع آراء هؤلاء المتلقين حول المشكلة أو القضية، وهنا يلقى المضمون التلفزيوني الأكثر جدية ووضوحاً وبعداً التجاوب الأكبر من قبل الجمهور خاصة وأن هذا الجمهور لا يتلقى معلومات منافسة قد تنقص من مصداقية ما يشاهده.

خطوات البث الفضائي العربي:

وكانت على النحو التالي:

1- وصول القنوات الاوروبية والامريكية إلى بعض المناطق العربية وبخاصة منطقة المغرب العربي.

2- سمحت باستيراد الهوائيات اللقطة وتصنيعها.

3- بعض الحكومات العربية سمحت باستقبال قنوات الاخبار العالمية.

4- بعض الحكومات بدأت باستخدام قنوات فضائية للربط بين أجـزاء الـوطن الواحد ومنها باللغة العربية وباللغـات الاجنبيـة مثـل قنـاة (Nile TV) المصرية باللغة الانجليزية والفرنسية.

5- استخدمت الدول العربية القمر الصناعي العربـي فـي تبـادل الرسـائل التليفزيونية العربية على غرار تبادل الاخبار التـابع لشـبكة يورفيزيـون الاوروبية منذ 1989/1/1.

6- بعض الدول العربية قامت ببث القنوات الفضائية الاجنبية عبر تليفزيوناتها الوطنية مثل البحرين التي كانت تبث برامج تليفزيونات الخدمـة الدوليـة للاذاعة البريطانية.

7- نشأة القنوات الفضائية العربية بأنواعها المختلفة التـي تعـددت أشـكالها وأهدافها، واصبحت قوة تأثيرية بالغة في الحياة اليومية للمواطن العربي.

التحديات التي تواجه القنوات الفضائية العربية:

1- التحدي القانوني والتشريعي، وله اتجاهات:

أ. الاتجاه نحو حرية الرأي وحق التعبير استجابة للقواعد والقوانين الدولية مثل المادة (19) من الاعلان العالمي لحقوق الانسان الذي ينص على أن لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، وكذلك الاتفاقية الخاصة بالحق الدولي في التصحيح وغير ذلك.

ب. وضع ضوابط لهذه الحرية من خلال التنظيم القانوني.

2- التحدي الثاني: وهو الاقتصادي الذي يعكس الفراغ في الانتاج الاعلامي الوطني والعربي بوجه عام والذي يتطلب امكانيات مالية و فنية لانتاج يواجه التدفق الاعلامي الدولي.

3- التحدي الثقافي في مواجهة الغزو الثقافي وهذا يتطلب الاهتمام بالتربية السليمة القائمة على تنمية القيم الاخلاقية وبما يؤدي الى التقريب بين الأمة.

الفَصْلُ الثَّالِثُ

دور الإعلام الفضائي العربي

الفصل الثالث

دور الإعلام الفضائي العربي

استطاعت ظاهرة التلفزيون الفضائي في السنوات الأخيرة أن تنتشر بوتيرة سريعة بفعل الأجهزة الالكترونية والأقمار الاصطناعية التي تبث على مدار الساعة. وأصبح إقبال الجمهور على برامج الفضائيات قوياً، كما شكّل تأثير هذه البرامج في سلوكيات الفرد والعائلة، والمجتمع عموماً، منعطفاً في الاتجاهات والقيم، ولا سيما اتجاهات الشباب الاجتماعية والثقافية والسياسية.

كيف ننظر الى ظاهرة الاعلام الفضائي الحديثة و انتشار المحطات العربية الفضائية؟ هل تعكس التحرر أو المزيد من سيطرة الأنظمة؟ هل هي فرصة الدول العربية في تحقيق تقاربها وتحاورها و تكاملها و وحدتها؟ ما هو أثر هذه المحطات على تشكل الرأي العام العربي؟ هل يمكننا اليوم الحديث عن الرأي العام الذي يتجاوز الحدود الوطنية ويسمو فوق إرادة الدول، كما يتضح من الأحداث الأخيرة في العالم العربي؟

للإجابة على هذه الأسئلة نبدأ من فرضيّة أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة تساهم في تطوير السلوكيات والممارسات وتخرجها عن سيطرة الدول، وتؤثّر في المشهد السياسي الدولي.

1-أزمة الاعلام الفضائي العربي:

إن استراتيجية تحقيق إعلام عربي متكامل أصبحت طوبى لأنه ما زال لا تستجيب لأهداف الإنماء الاجتماعي والثقافي والزراعي أو التضامن بين الدول العربية خاصة مع انخراطه في السوق الدولية للسمعيات والبصريات وخضوعه لمنطق السوق. فإذا كان تقلّص سلطة الدولة على التلفزيون حقيقة مع التكنولوجيا الحديثة وانتشار الفضائيات، وإذا كان الجمهور المشاهد يشكل عنصرا جديدا في

الفضاء الإعلامي العربي، وإذا كانت محتويات البرامج تشكل العنصر الثالث داخل هذا الفضاء، فإن العنصر الحاسم أصبح العنصر الاقتصادي. فأمام الضعف المتعاظم لتمويل الدولة وازدياد التكاليف في القطاع التلفزي، فإن المورد الإعلاني التجاري يفرض نفسه. باختصار بدأ اقتصاد تلفزي جديد يوجه النظام التلفزي العربي بمجمله. فالتلفزيون الذي كان ينظر إليه كمؤسسة خدمة عامة للمواطنين قد ترك المجال أمام تلفزيون برامج التسلية، ومسؤولو التلفزة يبررون ذلك بحرية ومطالب المشاهدين، الأمر الذي يذكرنا بحجة الأميركيين في هذا الميدان، وبحيث أن أصحاب العلاقات التجارية أصبحوا يطبعون بطابعهم البرامج التلفزية وهذا من الحقيقة حيث أن كبريات الوكالات أميركية وانجليزية. إن هذه الشراكة تشكل نسخا للتقنية والمعايير الثقافية الخارجية ومنطق «عولمة التلفزيون العربي»، أي ضبط القطاع التلفزي من قبل الإعلانات والسير باتجاه حركة التمركز والاحتكار، والبحث عن جمهور المشاهدين الأكبر والتوجه نحو التخصص في البرامج بغية استهداف قطاعات محددة من المستهلكين وخلق ثقافة استهلاكية. فالنفقات الإعلانية وصلت عام 1999 إلى 2,1 مليار دولار أميركي. وازداد حجم هذه النفقات بمعدل 20% بين أغسطس عام 1998 وأغسطس عام 1999 بالنسبة للتلفزة العربية.

وهنا نجد من جديد التفاوتات الواضحة بين البلدان العربية فيما يتعلق بالموارد الإعلانية لوسائلها الإعلامية حيث توجد ثلاث مجموعات عربية. الأولى وعلى رأسها السعودية تحظى بنصيب الأسد في هذه الموارد طبقا لاستطلاعات 1999 والتي تشكل مع مصر ولبنان والإمارات العربية المتحدة والكويت المجموعة التي تستأثر بمعظم النفقات الإعلانية»، والثانية هي قطر والبحرين والأردن وعمان، والثالثة هي بقية البلدان العربية التي لا تحظى إلا ب25 مليون دولار أميركي من 2. 1 مليار من هذه النفقات. بتعبير آخر فإن الاقتصاد الإعلامي الجديد لا يفعل أكثر من تدعيم هذه التفاوتات وانتشار الثقافة الاستهلاكية بوجه خاص.

لقد دخلت دول عربية عدة نظام «الاتصال العالمي» وهذا من شأنه أن يخلق شروطا لإقامة اتصال تلفزي جديد مزدوج الاتجاه (عربي – غربي)، إلا أن التفاوتات الحادة في النظام التلفزي العربي، أقنية، وتجهيزات، وأعدادا واقتصادا، واندماجه في السوق الدولية الجديدة يجعله عاجزا عن القيام بالمهمات التي أخذها على عاتقه منذ إطلاق الجيل الأول ل«عربسات» عام 1985.

وإذا كان النظام التلفزي السابق للدولة قد فشل بسبب استخدامه للفرد العربي كأداة سياسية للحاكم، فهل يستطيع النظام التلفزي العربي الجديد أن ينجح ويتحول باتجاه استخدام الفرد للاحلال الحرية والديمقراطية وانماء المجتمعات العربية؟

يعاني الإعلام الفضائي العربي اليوم من أزمة هوية وغياب المشروع والاستراتيجية، حيث تجاوز كل الضوابط والمبادئ التي تحكم العمل الإعلامي النزيه والمسئول. تكاثرت الفضائيات في العالم العربي فظهر تلفزيون الواقع، وفضائيات تعالج المرضى على الهواء وأخرى تخصصت في الشعوذة والسحر وقراءة كف اليد والأوراق، وأخرى تخصصت في الغزل على الهواء، وأخرى في التجارة عن طريق الرسائل القصيرة... فساهمت إلى حد كبير في تلويث الفضاء الإعلامي العربي مبتعدة كليا عن تقديم رسالة إعلامية هادفة ومسؤولة.

وفي ظل هذه المعطيات، تعذّر على الفضائيات العربية محاورة الآخر والمساهمة في تشكيل وعي اجتماعي وذاكرة جماعية تقوم على القيم والأخلاق والمبادئ المتعارف عليها في المجتمع، والتي تعتبر روح الأمة وضميرها وماضيها وحاضرها ومستقبله، و ضاعت في ثقافة التسلية والتسطيح والتهميش حيث التركيز على البرامج الخفيفة من منوعات وسباق الأغاني ومسابقات وبرامج تهدف إلى سد الفراغ وملء أوقات البث... الخ، كل هذا على حساب البرامج الجادة التي تعالج القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الحساسة والتي تساهم في إشراك الجماهير في الحياة الاجتماعية والسياسية.

وفشل الإعلام الفضائي العربي في مساعدة النظام الإعلامي العربي في التخلص من ترسبات الرداءة والتسطيح والتهميش والخروج من دهاليز التبعية والتقليد وإعلام التبجيل والمدح والتسبيح، بل على العكس من ذلك ساهم إلى حد كبير في تكريس الوضع الراهن وفي تلويث الفضاء الإعلامي ونشر الثقافة المعلبة والقيم الدخيلة على المجتمعات العربية والإسلامية من خلال قنوات الشعوذة والإباحية وتلفزيون الواقع .كما فشل في محاورة الآخر والرد على الحملات الدعائية والصور النمطية وحملات التشويه والتضليل الموجهة ضد العرب والمسلمين .

فالشركات الكبرى تنشر عبر وسائل الإعلام العالمية الثقافة العالمية التي تنفي الثقافات الأخرى، وتنشر الثقافة التي تخدم أهداف ومصالح هذه الشركات . وقد جاءت الفضائيات العربية في ظل غياب خطة إنتاجية مدروسة وغياب موازنة معتبرة لتجد نفسها فرعا من فروع هذه الشركات المتعددة الجنسية تعلن عن منتجاتها وتروّج لسلعها وقيمها وأفكارها. فبدلا من مواجهة الغزو والقيم الدخيلة ونشر الثقافة المحلية والقيم العربية الإسلامية، أصبحت القنوات العربية من خلال المنتجات المعلبة وسائل تابعة تدور في فلك آلة إعلامية عالمية تروّج أفكار الأقوى اقتصاديا وسياسيا على المستوى العالمي.

وهكذا لاحظنا ذوبان التراكم القيمي والمعرفي والاجتماعي للمواطن العربي في الثقافة العالمية. والمتابع للإعلانات التي تبث في القنوات الفضائية يدرك أن معظمها لشركات متعددة الجنسية، ومحتوى هذه الإعلانات يعمل على تكريس ونشر قيم استهلاكية عند الشباب العربي، وهذه القيم قد لا تمت بأية صلة للنمط الاستهلاكي العربي وللثقافة العربية.

2- سيطرة الأنظمة العربية على الاعلام:

يصنف الإعلام العربي في غالبه حكومي وشخصي تجـاري، وإن اختلفـت مسمياته وتنوعت أساليبه، فان تغطية الأزمات العربية ومنها التي عصفت بالعراق، تؤكد حقيقة أساسية أن وسائل الإعلام المختلفة المرئية والمكتوبـة، تعمـل بإطـار محدد، وتتسق بالمفاهيم والمصطلحات التي أنتجها الإعلام الغربـي مفاهيمـه، ولا نشهد مصطلحات إعلامية بصناعة عربية تتسق مع مظاهر الحدث العربي وسـلوك مجتمعاته. حتى أن بعض وسائل الإعلام هي استنساخ لوسائل أعلام غربية معروفة كالـ" بي بي سي " ، وبالتالي يكون حجم الإبداع والاجتهاد محدوداً.

انتشرت الفضائيات الناطقة باللغة العربية، انتشارا كبيرا، بفعل القدرة علـى تمويلها من قبل الحكومات الغنية، التي تمتلك الثروات القومية الكبيرة، وتستطيع أن تهيمن على تلك الفضائيات وتوجهها، كما استطاع الأغنياء في العـام العربـي أن يسيطروا على تلك الفضائيات،ويقوموا بتوجيه إعلامها. وتلك الوسـائل الإعلاميـة التي أخذت تقود الرأي العام العربي، موجهة إياه الى مـا تريـد، تأييـداً لـبعض السياسات، كانت تمتلكها الأنظمة الشمولية في العالم العربي، التـي لـم تعتـرف بالديمقراطية وبحق الاختلاف بالرأي، وحرية التعبير، بل استطاعت أن تدخل معظم البيوت خالقة رأيا شبه موحد، تجاه ما يجري في العالم من أحداث، وبذلك أصبحت واحدة من أهم وأبرز وسائل إيصال المعلومات، وبناء الوعي وتوجيه الرأي العـام في العالم العربي والتأثير المباشر فيه.

ولاحظنا أن معظم تلك الفضائيات كانت تقوم بتوجيه الرأي العـام العربـي، نحو ما يخدم أهدافها في الهيمنة، والسيطرة على مقـدرات الشـعوب، ولـم تكـن تحرص على دقة الخبر وصدقه، أوتمتعه بالحد الأدنى من المصداقية والمسـؤولية واحترام عقل المشاهد، أو احترام الرأي الآخر وحق الأفراد في التعبير عن آرائهم بحرية...

بعض الفضائيات استطاعت ان تدافع عن الحرية، وعن حق الناس في التعبير عن آرائهم المختلفة، واحترمت الرأي الآخر، ودعت الى الحوار بأسلوب عصـــري متمدن، يخلو من التشدد ومصادرة حق الآخرين في الرأي المختلف، وكان لها دور في إشاعة الفكر الحر، والدعوة الى الحوار الحضاري، لكنها محاولات اســتتنثنائية محدودة، كسعي بعض القنوات الفضائية إلى أن تلعب المرأة العربية دورها الكبير، في تقدم المجتمع وتطوره، بعيداً عن التمييز ومحاربة قــدرات المــرأة، وإثبــات كفاءتها.

لكن الفضائيات العربية، رغم ما يوجه إليها من انتقادات في هذا الجانــب أو ذاك، تظل قوة ضخمة تحرك المياه الراكدة ولا تبقيها على حالها، وتحرك العقــول المستلبة وتجعلها تستيقظ على المشاركة في صنع المصير. وقد أصــبحت، عبــر تراكم طبقات الوعي وزيادة مساحة المعرفة واستنهاض آليات الرأي العام، طرفــا رئيسيا في الساحات السياسية والعسكرية والأمنية والاقتصادية التي بقيــت لعقــود طويلة حكراً على نخب مستلبة منحازة، أغرقت الدول العربية في الهزائم وعجزت عن القول بشكل موضوعي ومستقل كلمة واحدة.

الفصل الرابع

الإعلام وتنظيم البث الفضائي

الفصل الرابع

الإعلام وتنظيم البث الفضائي

الاعلام الدولي ووثيقة هلسنكي:

بعد مباحثات استمرت عامين، انعقد في صيف 1975 انعقد مؤتمر ضم أقطاب 35 دولة في مدينة هلسنكي حول الاعلام والأمن والتكنولوجيا والاقتصاد والتعاون البيئي تحت عنوان السلّة رقم 3.

وحول الاعلام الاذاعي جاء في الوثيقة ما يلي:

"إن الدول المشتركة في هذا الاعلان تلاحظ التوسّع في بث الاعلام المذاع بطريق الراديو، وتعبر عن أملها في استمرار هذا الاتجاه من أجل تحقيق الاهتمام البادي للتفاهم المتبادل وللأهداف التي وصفها المؤتمر".

- اذاعات الحلفاء لم تكن متجانسة في زمن الحرب.
- الاذاعة البريطانية حسب مديرها الأول (جون ريث) كانت تعتمد الدقة والصدق والاستقلال عن الحكومة.
- حسب مدير الاذاعات باللغات المختلفة الموجهة بالالمانية حسب مديرها العام (سير هيوجرين) يقول:

"أن نقول الحقيقة في نطاق المعلومات المتاحة لنا، وأن نذيعها بصراحة وفي غير تذبذب، لا نخفي الهزائم و لا النكبات، حتى اذا سمعنا الجمهور الالماني وأفراد القوات المسلحة الألمانية نذيع أخبار انتصاراتنا، لا يتسرب اليهم الشك في صدق ما تقول، لأننا نقول كذلك وبصراحة أنباء هزائمنا.

الاذاعة السوفيتية:

كان التركيز على الدعاية الايدولوجية والدعوة للثورة والصراع الطبقي أثناء الحرب، وبعد الحرب تضاعفت الاذاعات بشكل ملحوظ، وانضم راديو السلام

والتقدم في اغسطس عام 1964 الى جانب راديو موسكو لمواجهة الاذاعات الدولية الغربية الموجهة للمواطنين السوفييت.

الاذاعات الامريكية (صوت امريكا):

كان ذلك في 1942/2/24 وقال البيان الرسمي يومذاك:

" مضى 79 يوماً منذ دخلت أمريكا الحرب، سنوجه إليكم هذه الاذاعة يومياً وسنقول لكم الحقيقة سواء كانت لنا أو علينا".

بعد الحرب دار نقاش حول استمرار الاذاعة أو توقفها وكان الخلاف اشتد بين الكتلتين يقول ادوارد باريت في كتابه: (Truth Is Our Weapon) E. Barret.

" يسبقنا الطغاة في ادراكهم وتقديرهم لقوة الرأي العام، المتنامية، ستتالين مثلاً لم يدخر وسعاً لانشاء جهاز دولي ضخم للاعلام ينفق عليه ما يزيد عن بليون دولار كل عام، مهمتنا بالقياس ستكون أهون وأدنى في التكلفة لعدم حاجتنا إلى الزيف والتحريف، سبيلنا إلى النجاح هو دفع الصدق دفعاً حسناً، وأن ندعم غاياتنا النبيلة بأفعال نبيلة، وأن نتولى الاعلام عنها بالحجة البينة والمنطق السليم"

يقول الرئيس الامريكي ترومان في ابريل 1950 في حملة الحق:

"علينا ان نُسمعَ العالم صوتنا من خلال حملة شاملة للاعلام الحق، لن تختلف في قوامها عن سياستنا الخارجية أو تنفصل عنها، بل لا بد أن تكون جزءاً جوهرياً من نهجنا وخططنا".

مهمة صوت ألمريكا باعتباره الصوت الرسمي للجهاز التنفيذي للسياسة الخارجية:

1) ان يكون مصدراً موضوعياً موثوقاً به للأنباء.
2) يتولى عرض الساسة العامة للولايات المتحدة.
3) أن يكون مرآة صادقة للمجتمع الأمريكي.

من الاذاعات الدولية الاخرى:

- رياس برلين Rias Berlin (وهو الخاص بقطاع برلين الغربية في 1946/2/7.
- راديو أوروبا الحرة Radio Free Europe ويختص بشئون 1949 بولندة وتشيكوسلوفاكيا وهنجاريا ورومانيا وبلغاريا.
- راديو الحرية Radio Liberty ويختص بشعوب الاتحاد السوفيتي 1951.

الإذاعة الدولية لالمانيا الغربية (الرويتش نيلي Deustche Welle)

- نشأت في كولونيا عام 1953وهي غير اذاعة سيزن في الحرب الثانية وهي مستقلة عن وزارة الخارجية مثل الاذاعة البريطانية.
- اذاعة (الدويتشلاند Deutcheland Junk) موجهة الى الكتلة الاشتراكية.
- اذاعة (الرويتش فيلي) وتذيع باربع وثلاثين لغة من جزيرة مالطة.
- اذاعة الدويتش فيلي هي الاكثر انتشاراً وقوة.

الإذاعة الدولية في كندا:

رغم الاهتمام بالاذاعة الدولية إلا انها بدأت في فبراير 1945 وهي موجهة إلى تشيكوسلوفاكيا باللغة التشيكية وبعدهابالمجرية وهي مثل البريطانية والالمانية يحكمها مجلس مكون من 15 محافظاً ليسوا من الحزبين ومسئوليتهم أمام البرلمان.

الاذاعات الدولية السوفيتية:

وهي القوة الدولية الثانية مع أمريكا بعد الحرب العالمية الثانية وقد اعتمد الاتحاد السوفيتي على الاعلام بشكل أساسي منذ الاعداد للثورة كما وضع ذلك نائب وزير الخارجية (ليونيد ايليشيف) في مؤتمر موسكو عام 1960.

(الهمة الرئيسية للحزب هي العمل الايدولوجي، ونشر الفكر الشيوعي، لدى الشعوب العاملة ولذلك فنجاح الشيوعية مرهون بالقدرة على الاتصال).

يقول ليونيد بريجنيف:

" إذا أردنا أن نتعايش في سلام فعلينا أن نثق في بعضنا بعضاً، ولكي نحقق هذه الثقة يتعين علينا أن يزيد كل طرف من معرفته بالطرف الآخر، نحن من جانبنا نود أن يتمثل الأمريكيون أسلوب معيشتنا وطرقة تفكيرنا في ادراك شامل سليم".

الصين:

خطت خطواتها بشكل جاد متأخرة ولكن بقوة تفوق الاذاعات الاخرى لأنها استخدمت الموجة المتوسطة بالاضافة للقصيرة.

الاذاعات الدولية..خير أم شر؟؟

- الأساس أنها أداة تنبيه وايقاظ واعلام حر، وتغذية لحق هام من حقوق الانسان، وهي نوافذ مفتوحة على العالم الذي يتقارب ويتكامل ويتجه نحو التوحيد.
- من ناحية أخرى، فان الاذاعات الدولية أدوات ساخنة في الحرب والحرب الباردة، ويمكن أن تثير الاحقاد والكراهية والضغائن.
- وحسب محمد فتحي فقد حانت الفرصة للاذاعات الدولية في الثلاثينيات أن تكون أداة صالحة مؤثرة في تنمية العلاقات الدولية وتوثيق أواصر التعاون والتفاهم الدولي، ولكن استخدامها في الحرب للاثارة والقتل ولكونها كانت سلاحاً متميزاً في هذه الحرب، وأداة من ادوات العصبية الحزبية والسياسية القصائدية.

ولذلك كان لابدّ من التنظيم الدولي لهذه الاذاعات:

- الاتحاد الدولي للتلكوميونيكشن عام 1947
- هو الوكالة المتخصصة للامم المتحدة في شئون الاتصالات.
- حل بذلك محل المنظمة الدولية القائمة منذ عام 1915 وهي الممثلة لاتحاد التلغراف الدولي.

تقسيم الموجات الاذاعية إلى ثلاث مناطق وهي:

- الاولى: أوروبا والاتحاد السوفيتي وآسيا وإفريقيا.
- الثانية: أمريكا الشمالية والجنوبية وشمال شرق المحيط الهادي.
- الثالثة: آسيا بدون الاتحاد السوفيتي، واستراليا ونيوزيلندة، وجزء من المحيط الهادي.

الإذاعات الدولية في الوطن العربي:

دخل العالم العربي في مجال الاذاعات الدولية منذ الثلاثينيات من القرن العشرين، وكانت مصر وفلسطين من أول الاذاعات الدولية، باستخدام الموجات القصيرة والمتوسطة وتذيع أحاديث لكبار الكتّاب والأدباء والسياسيين.

ومن هؤلاء القيادات والزعماء العرب مثل:

- الحبيب بورقيبة من مصر، واسماعيل الازهري الى السودان.
- والسنوسي الى ليبيا ضد ايطاليا، وغيرهم من اللبنانيين واليمنيين، والمغرب، وكذلك من ايران وبخاصة من رجال الدين ضد الشاه.

ومن الاذاعات الدولية في مصر:

- صوت العرب.
- اذاعة فلسطين – ركن السودان – الجزائر...

معوقات الإذاعة الدولية:

1- **التشويش: Jamming**، وهو الضغط والاعتراض المؤدي الى التعطيل، أي أن الاشارة الصوتية تعترض طريق إشارة صوتية أخرى فيحدث التشويش أي التعطيل والتعويق، وتكون هذه الاشارة الصوتية على نفس الذبذبة (التردد) للاخرى فيحدث الصفير المتواصل فيهرب المستمع الذي لا يستطيع مواصلة الاستماع.

يتم التشويش عن طريق إحدى تقنيتين:

- موجات سماوية تعكسها طبقة الغلاف الأيوني Ionosphere.
- موجات أرضية محلية وهي قصيرة المدى ويتطلب عدداً من محطات الارسال لضمان التغطية.

أ- **مقاومة التشويش:**

هناك ظاهرة في البث الاذاعي تعرف باسم حصانة الشفق Twilight Immunity، وهي ساعة الاصيل وهي فترة تكون فيها الشارة التي تحمل التشويش الموجهة من الغرب إلى الشرق وقت الاصيل أي في النهار، في الوقت نفسه يكون التشويش بطريق الموجة السماوية واقعة في اقصى الشرق وقت الليل وبالتالي فان التشويش ينزاح قليلاً.

ب-دول مارست التشويش:

- أول تشويش عام 1933 عندما قامت حكومة المستشار النمساوي "دولــيس" بالتشويش على برامج ألمانيا الموجهة للنمسا تمهيداً للغزو الألماني.
- عام 1934 قامت ألمانيا بالتشويش على الاتحاد السوفيتي.
- استمر التشويش حتى نهاية الحرب العالمية الثانية عام 1945.
- توقف لمدة عام وعاد الى الظهور بين موسكو ومدريد ثم الغرب.
- فرنسا وبريطانيا لم تمارس التشويش في الحرب العالمية الثانية.
- مصر مارست التشويش على الاذاعة الاذاعة الاسرائيلية والبريطانية سنة 1956.
- بريطانيا شوشت من قبرص على الاذاعات القادمة من أثينا.
- لبنان شوشت على بريطانيا من قبرص عام 1972.
- الأردن شوشت على مصر وعلى اسرائيل.
- رودس شوشت على بريطانيا.

ت-تحريم التشويش:

- اجتماع لعصبة الأمم المتحدة عام 1936 ضم 37 دولة.
- قرر الاجتماع حظر الاذاعات التي تثير السكان ضد الأمن والنظام.
- 1948/12/10 أقرت الجمعية العمومية للأمم المتحدة إعلان حقوق الانسان (المادة 19) لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير، ويتضمن حق التحري والتلقي، والبث للمعلومات والأفكار (الاعلام والاستعلام) عن طريق أية واسطة (أجهزة الاعلام) ودون نظر إلى مسألة الحدود.

2- قراصنة الأثير:

وبدأت في البحار مع السفن البحرية.

- أول محطة قرصنة بين السويد والدنمارك في البحر عام 1958.
- القانون الدولي يحظر مثل هذه المحطات.
- أول محطة تلفزيون للقراصنة موجهة الى هولنده في سبتمر 1964تحت اسم تلفزيون بحر الشمال وتم تحريمها في نفس الشهر.

الفصل الخامس

المآخذ على القنوات الفضائية

الفصل الخامس

المآخذ على القنوات الفضائية

ومهما يكن من أمر فإن قنوات الفضاء باعتبارها وسيلة العصر هي سلاح ذو حدين، ذخيرته الأساسية في الحقيقة هي المعلومات، وما صنيع شبكة السي إن إن، في حرب الخليج عنا ببعيد فقد أثبتت مقولة أن الإعلام هو الذي يتولى مقاليد الأمور في العالم حاليا، وأن من يملك وسيلة إعلام مؤثرة يشارك في الحكم محليا وعالميا بقدر تأثير وسيلته.

لا شك أن للقنوات الفضائية قدرة كبيرة على التأثير على الأفراد والجماعات، غير أن نجاحها مرتبط بعوامل أخرى، لكن ذلك لا يقلل من التأثير السلبي.

ومع ذلك فهناك تأثيرات سلبية عديدة للبيئة الاتصالية الحديثة تمثلت في التأثيرات الإنسانية، والاختراقات الثقافية، والتأثيرات المادية، وأخرى أخلاقية، وسياسية مما سيجري الحديث عنه تفصيلا فيما بعد.

وقد أجريت دراسات عدة على المستويين الدولي والمحلي حذرت من المخاطر الجسيمة التي قد تنجم عن الوضع الاتصالي الكوني الجديد، الذي تمثل خصوصا في تسطيح الحضارة الكونية والقضاء تدريجيا على مكونات التنوع فيها بطمس الخصوصيات المميزة للثقافات الوطنية، وتذويب معالم الذاتية الحضارية التي يختص بها كل شعب.

كما أنه من ناحية أخرى ينطوي على مخاطر أخرى دعائية، وتسليط ثقافة على أخرى، وانحراف في الأفكار، وتهديد اقتصادي، وأمني.

ولو لم يكن إلا هذا من حيث الأخطار المتوقعة من جراء البث المباشر جملة لكان في حد ذاته كافيا لاتخاذ أسباب الحيطة والحذر، كيف وقد أفاضت الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الفضائي اليوم في الحديث عن الأضرار التي ثبت أنه

يحدثها في الحياة البشرية عموما، فكثير من الناس يرى أن البث المباشر له سلبيات كثيرة تمثلت في المآخذ العقدية والثقافية، والأخلاقية، والسياسية الملاحظة على مضامين كثير من قنواته التي تسعى لجذب المشاهدين بتقديم الممنوع في ملتهم وبلدانهم من المضامين التي تبثها، ومن ثم اعتبر مثل هذا البث ضربا من الاختراق للمقاييس الأخلاقية والثقافية للمجتمعات. إلى جانب أن البث الفضائي قد أسهم في إبراز قضايا اقتصادية وسياسية على حساب قضايا أخرى قد تكون أهم منها عند من يوجه لهم وهم في غفلة مع مقتضيات ذلك من توجيه للرأي العام سياسيا، واستهلاكيا، حسب رؤية المسيطرين على قنوات الفضاء. "إن تأثير التلفزيون (والقنوات الفضائية نمط متطور منه) كما يتفق الباحثون ينصب أصلا على الثقافة بمفهومها الشامل الذي يتصل بالقيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السلوك " لذا وجدنا كثيرا من تلك الفضائيات تقدم عروضا وبرامج ونصوصا غير ملائمة لفطرة البشر السوية كالأفلام الرياضية وغيرها مما أسهم في تهديد الدول، وفرض سياسات كونية لم يكن لها أن تقبل لولا ترويج القنوات الفضائية تعميما وتسويقا.

ولقد كان من أول المآخذ على القنوات الفضائية ما لوحظ من تأثير لها في المجتمعات الإسلامية التي تستقبل فيها بكثافة تمثلت في هز ثقة الشباب في حاضره هزا عنيفا، ودك أسس إيمانه بأمجاده الماضية، واكتنف المستقبل في نظره ضباب كثيف إضافة إلى انفصام عرى التضامن بين الأجيال.

الفصل السادس

إيجابيات القنوات الفضائية

إيجابيات القنوات الفضائية

لا بد من التقرير بادئ ذي بدء أن القنوات الفضائية ما هي إلا وسيلة، وأن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام. وأن مكانتها فيما يتعلق بالإيجابيات إنما هي في إمكاناتها الواسعة في الانتشار والجذب باعتبار أنها اليوم أداة الاتصال الكونية الأولى فبعد مضي أكثر من ثلث قرن على انطلاقة أول قمر صناعي في الفضاء عام 1957 م تكون القنوات الفضائية بما حازته من اهتمام متزايد على مستوى العالم قد تبوأت مركز الصدارة من وسائل الإعلام المعاصرة.

ونحن عندما نتناول القنوات الفضائية بالدراسة بحثا عن أفضل السبل للانتفاع بمزاياها الاتصالية إنما نفعل ذلك إدراكا منا باختلاف واقعنا عن واقع أجدادنا فيما يتعلق بعالم الاتصال الذي مر بمراحل مختلفة "فمن طريق الاتصال الشفاهي والشخصي إلى الطريق الاتصالي الإلكتروني السريع، ومن طريق أنظمة الاتصال الموجهة إلى طريق أنظمة الاتصال المتشاركة، وعن طريق الرسائل العامة الموجهة إلى طريق الرسائل الفئوية المتخصصة، ومن طريق الاتصال الهاتفي الشخصي إلى طريق الاتصال الحاسوبي، المتشارك والمصحوب بالصوت والصورة، وأخيراً من طريق الاستقبال السلبي للرسائل الاتصالية إلى طريق الاستقبال المتفاعل والتراسل بين المرسلين والمتلقين.. فالتقنية المتقدمة أو العالية، قد مهدت الطريق أمام الإنسان ليسبر غور الفضاء البعيد ويسيطر على الوقت، وليحصل على المعلومات ويتبادلها مع الآخرين أينما كانوا ".

ومن ثم فالقنوات الفضائية بما وصلت إليه هي وسيلة الاتصال الأكثر انتشار، والأوسع مدى، والأكثر جذبا وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة، والضوء، واللون والحركة،....

والقنوات الفضائية وسيلة العصر المناسبة بحكم تطورها، وشدة جذبها للناس، على مختلف طبقاتهم، واستخدامها في بث معان تحارب الرذيلة، وتزكي جذوة الإيمان في النفوس وتؤكد الترابط الاجتماعي، وتسهم في بناء المجتمع الفاضل، والأمة الملتزمة، وهذا يجعل تلك القنوات من ضرورات العصر.

فإشارة التلفزيون المبثوثة عبر الأقمار الصناعية تستقبل في منازل المشاهدين دون حاجة إلى وسيط، بسبب ما حققته تقنيات الاتصال من تقدم بلغت به وسيلة الاتصال قمة التطور إذ أمكن أن يقال بحق إن هذا الإنجاز هو ميزة العصر الاتصالية التي أتاحت إمكان الوصول إلى أي مشاهد على مستوى العالم من خلالها، وخاصة أن عددها الآن يفوق الخيال، وأن الإرسال عبرها يجري بلغات عديدة، وعلى مدى أربع وعشرين ساعة، وإلى جميع القارات دون استثناء حيث يتم البث إلى المستقبل في أي مكان من العالم في أجزاء من الثانية سواء كان ذلك عبر الأقمار الصناعية الدولية أو الإقليمية أو المحلية.

ولعل نسبة الإقبال على البرامج الدينية المبثوثة خلالها تؤكد الحاجة إليها، وفقا لما جاء في دراسة أجراها الدكتور عاطف عدلي العبد وزميلته على دراسة أنماط مشاهدة تسع عشرة قناة من قبل طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة فقد حصلت البرامج الدينية على نسبة 94.2% من النوعية الأولى من برامج تلك القنوات مما يؤكد أهمية استخدام القنوات الفضائية وإيجابياتها بالنسبة للبلاغ، ونشر الخير وتعميمه. وأيضا حصلت البرامج الدينية على نسبة 82.5 % من مشاهدي القناة الفضائية المصرية، وحصلت البرامج الثقافية في القناة نفسها على نسبة مشاهدة بلغت 77.5 % وهي نسب تؤكد مدى أهمية استثمار القنوات الفضائية في بث ما ينفع الناس ويمكث في الأرض، وخاصة أننا أمة بلاغ لا يصح في حقنا إغفال فرصة ثمينة كهذه لتحقيق الظهور والذيوع لديننا، وكفى بذلك إيجابية بالنسبة للمسلمين، لكن ينبغي أن يكون تعاملنا مع ظاهرة الإعلام الفضائي تعاملا واقعيا ومسؤولا يدرك حقيقة واقعه، وكيفية إحسان توظيفه، ويغير الصورة التي

عليها واقع استخدامات القنوات الفضائية العربية حيث لم تحسن الصورة العربية، ولا الصورة الإسلامية، فليست المسألة مسألة ظهور على الهواء، بل لا بد أن يكون لدينا ما نقوله للآخرين مما هو شديد الصلة بذواتهم ومصلحتهم، وما يفيدهم ويمتعهم، صحة في المضمون، وجاذبية في العرض، ومهارة فنية فائقة في الأداء، ورغبة صادقة في المثوبة من الله سبحانه وتعالى، وتفان تتطلبه هذه الرغبة. وخاصة أننا "نشهد منذ فترة تطورا ملموسا في امتلاك العديد من تقنيات الاتصال والإعلام الحديثة، فلدينا مشاريع ناجحة في مجال الأقمار الصناعية، ولدينا مشاريع ناجحة في البث التلفزيوني الفضائي، ولدينا تقدم لا بأس به في استخدام شبكات المعلومات وتوفير خدماتها في عدد من بلداننا العربية على تفاوت بينها.

المراجع والمصادر

أ- باللغة العربية

1- سلوى إمام، انماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية. المؤتمر العلمي السنوي الرابع – الاعلام وحقوق الانسان. كلية الاعلام. جامعة القاهرة 2001 ص47.

2- ماهر أحمد محمود غنيم، الاتصالات والشبكات، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كلية الإدارة والإقتصاد، 2012.

3- ليلى عبد المجيد / التشريعات الاعلامية. القاهرة 1997 ص12.

4- سامي ربيع الشريف / القنوات العربية الفضائية والحفاظ على الهوية. القاهرة 1988 ص14

5- د. حنان يوسف / الفضائيات العربية وقضايا الأمة. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت 2003 أوراق حلقة نقاشية.

6- ابراهيم العقباوي / اخلاقيات الاعلام والفضائيات العربية. القاهرة 2005 ص17.

7- وليد عمشة / أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الاخبار على شكل ومضمون الخدمة الاخبارية. دراسة عن القنوات الفضائية غير الحكومية / رسالة ماجستير. كلية الاعلام جامعة القاهرة 2001 ص41.

8- عادل عبد الغفار / تقييم الاداء المهني للقنوات الفضائية الاخبارية العربية. القاهرة 2005 ص350.

9- عبد الرحمن الشامي / استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية، الدوافع والاشباعات. رسالة دكتوراه. كلية اللغة العربية – قسم الصحافة والاعلام. جامعة الأزهر 2002 ص126.

10- سلوى امام / تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال. دراسة مسحية. القاهرة. الدار المصرية اللبنانية للكتاب 2005 ص17.

11- سوسن الدويك / قضايا المرأة في الخطاب الاعلامي للفضائيات العربية. قناة الجزيرة (كحالة) القاهرة/ 2005 ص15.

12- نائلة ابراهيم عمارة / دوافع استخدام المصريين المغتربين لوسائل الاعلام الوطنية والأجنبية والاشباعات المتحققة. دراسة مسحية على المصريين المغتربين في المانيا. مجلة كلية الآداب؟ جامعة الزقازيق العدد 22 / 1998 ص59.

13- رحيم مزيد / قناة الجزيرة وصراع الفضائيات / الدار الدولية للاستثمارات الثقافية. القاهرة 1992 ص12.

14- منير عبد الله الحربي / الآثار الاجتماعية والدراسية لاستخدام (الدش) المنزلي كما يراها طلاب المرحلة الثانوية. مجلة كلية التربية / جامعة المنصورة/ العدد السادس والعشرين/ 1996 ص163.

15- حسن علوان،موضوعة الإرهاب في الفضائيات العربية، (أطروحة دكتوراه في فلسفة الإعلام والاتصال)، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2008م.

16- برنت روبن، الاتصال والسلوك الإنساني، ترجمة نخبة من أساتذة قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية بجامعة الملك سعود، نشر معهد الإدارة العامة، عام 1412 هـ.

17- د. إبراهيم عرقوب ومحمد لاوي، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، ط 1 عام 1993 م.

18- د. حسن إبراهيم مكي وزميله، المدخل إلى علم الاتصال، ذات السلاسل بالكويت، ط 1، عام 1995 م.

19- الطيب الجويلي، البث الإعلامي عن طريق الأقمـار الصـناعية والإعـلام، الطبعة العربية، دار المسيرة ومؤسسة سعيد، بيروت، ط 1 عام 1991 م.
20- د. انشراح الشال، بث وافد على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، عـام 1994 م.
21- د. حميد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي- المفاهيم والإطـار العـام، دار الشروق بالأردن، ط 1 عام 1998 م.
22- د. جيهان رشتي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وقضية الحق فـي الاتصـال، بحث مقدم إلى الندوة العربية لحق الاتصال المنعقدة فـي بغـداد (26-30) أيلول عام 1981 م ونشر تحت عنوان (حق الاتصال فـي إطـار النظـام الإعلامي الجديد) من قبل إدارة الشؤون الثقافية.
23- سيرج برد وزميله، ترجمة هالة عبد الرؤوف مراد، ثـورة الاتصـال، دار المستقبل العربي بالقاهرة، عام 1993 م.
24- د. سنان سعيد، خصائص وسائل الإعلام في الاتصال الثقـافي،، المنظمـة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تعليم الكبار.
25- د. عاطف عدلي العبد وزميلته، دراسات في الإعلام الفضائي،، دار الفكـر العربي، ط 1 عام 1416 هـ.
26- د. أحمد موسى الضبيبان، المادة الإخبارية في القنوات الفضـائية العربيـة، رسالة دكتوراه مقدمة لقسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام عام 1418 هـ، غير منشورة.
27- د.منصور زويد المطيري: العولمة في بعدها الثقافي، مجلة كلية الملك خالـد العسكرية، العدد 58، صفر 1420هـ - مايو 1999م، ص 33.
28- د. أحمد عثمان التويجري: الدين والعولمة، المجلة العربيـة، العـدد 273، شوال 1420هـ - فبراير 2000م، ص 38.

29- بربر علوي السادة: العولمة طريق الهيمنة، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 409، رمضان 1420هـ ـ ديسمبر 1999م / يناير 2000م، ص6.

30- محمد عابد الجابري: العولمة والهوية الثقافية.. عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، العدد 248، أكتوبر 1999م، ص15.

31- د. أحمد شلبي: العولمة، مجلة المنهل، العدد 557، المحرم 1420هـ ـ أبريل / مايو 1999م، ص46.

32- عبد العظيم حماد (مساعد رئيس تحرير صحيفة الأهرام المصرية): سلسلة كتاب المعرفة (7)، نحن والعولمة.. من يربي الآخر، بعنوان: الاتجاهات المضادة للعولمة، روناء للإعلام المتخصص، الرياض، رجب 1420هـ ـ أكتوبر 1999م.

33- تقرير التنمية البشرية لعام 1997م: منشور لحساب برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، مجلة الاجتهاد، العدد 38، السنة العاشرة، شتاء العام 1418هـ ـ 1998م، ص71.

34- د. جمال الدين عطية، العولمة، مجلة المسلم المعاصر، العدد 90، السنة الثالثة والعشرون، رجب/ شعبان/ رمضان 1419هـ ـ نوفمبر / ديسمبر 1999م، ص5.

35- سهيلة زين العابدين حماد: المرأة المسلمة ومواجهة تحديات العولمة،مجلة المنهل ـ الإصدار السنوي الخاص، شوال/ ذو القعدة 1420هـ ـ يناير / فبراير 2000م، ص84 – 89.

36- د. جمال الدين عطية، المصدر السابق، ص6 – 10.

37- د. عبد الرحمن يسري: نحو سياسة اقتصادية موحدة للعالم الإسلامي في مواجهة العولمة، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 217، ربيع الآخر 1420هـ ـ يوليو 1999م، ص56.

38- أحمد ثابت: العولمة والخيارات المستقلة، مجلة المستقبل العربي، العدد 248، تشرين الأول / أكتوبر 1999م، ص19.
39- محمد نجيب الصرايرة: التدفق الإخباري الدولي.. مشكلة توازن أم اختلاف مفاهيم، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد الأول، المجلد السابع عشر، ربيع 1989م، ص240.
40- هدى العشاوي: جناية القنوات الفضائية على القراءة عند الأطفال، المجلة العربية، العدد 231، السنة العشرون، ربيع الآخر 1417هـ ـ أغسطس / سبتمبر 1996م، ص 58.
41- انظر الدكتور راسم الجمال: مقدمة في وسائل الاتصال.. الأقمار الصناعية ووظائفها الاتصالية، مكتبة مصباح، جدة، الطبعة الأولى، 1409هـ ـ 1989م، ص 173.
42- أ. د. أحمد فؤاد باشا: التقدم العلمي في ظل العولمة والنموذج الإسلامي لتفاعل الحضارات، مجلة الموقف، العدد 141، يوليو 1999م ـ ربيع الأول 1420هـ، ص43.
43- انظر محمد نجيب الصرايرة: مرجع سابق، ص 246. وانظر مظفر مندوب: جهاز تلفزيون الخليج ودوره في الحد من ظاهرة التدفق الإعلامي من الخارج، مجلة التوثيق الإعلامي، العدد الرابع، المجلد الأول، السنة الأولى،1402هـ ـ 1982م، ص74.
44- د. زيد بن عبد المحسن الحسين: بين بيع الوهم.. وتأصيل الفهم، مجلة الفيصل، العدد 256، شوال 1418هـ ـ فبراير 1998م، ص6.
45- د. سوزان أحمد القليني: الاختراق الإعلامي الأجنبي في الوطن العربي، مجلة شؤون عربية، مصدر سابق، ص70.
46- جيهان أحمد رشتي: الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985م، ص376، بتصرف.

47- د. عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة دار المعرفة 78، مطابع دار الرسالة، الكويت، رمضان 1404هـ / يونيو 1984م، ص 74.

48- أحمد، محمد سمير، الإدارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2009.

49- السالمي، علاء عبد الرازق، الإدارة الالكترونية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان 2009.

50- الصباح، عبد الرحمن، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان 1998.

51- العاني، مزهر شعبان، نظم المعلومات الإدارية – منظور تكنولوجي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2009.

52- إدريس، ثابت عبد الرحمن، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.

53- سلطان إبراهيم، نظم المعلومات الإدارية – مدخل إداري، الطبعة الأولى، الدار الجامعية بالإسكندرية، 2000.

54- طه، طارق، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية والحاسبات الآلية، الطبعة الثالثة، توزيع منشأة المعارف، 2000.

55- غراب، كامل السيد و حجازي، فاديه محمد، نظم المعلومات الإدارية – مدخل إداري، الطبعة الأولى، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 1999.

56- كورتيس جراهام، تحليل وتصميم نظم المعلومات، ترجمة علي علي، الطبعة الأولى، مكتبة علاء الدين الإسكندرية، 1998.

57- ياسين، سعد غالب، الأعمال الالكترونية، الطبعة الأولى دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان 2006.

81- محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونيــة، القــاهرة: دار الســحاب للنشــر والتوزيع، 2007.

82- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، القــاهرة: عــالم الكتب، 2007.

83- حسنين شفيق، صناعة الصحافي، القاهرة: دار فكر وفن الطباعــة والنشــر والتوزيع، 2010.

ب- باللغة الأجنبية:

1. http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/AAPAM/UNPAN
2. Buckland, Michal. Information as Thing.- JASIS.- vol.42 , no.4, 1991 , p.351
3. MichelM.A.Mirabito&BarbatoL.MorgenStern.TheCommunicationTechnologies 2ed , Boston: Focal Press , 1994 , p. 3
4. Grant, August. The Umbrella Perspective on Communication Technologies
5. Update\edited by August E. Grant.- 4th.ed.- Boston: Focal Press, 1995, pp 1-15
6. Everett, Rogers. New Communication Technology and Marketplace of -Ideas
7. Apaper presented at Association for Education in Journalism and Mass
8. Communication , Minneapolis , 9\ 11\ 1990
9. -Joseph R.Domnick. The Dynamics of Mass Communication.- New York
10. McGraw Hill , 4th.ed., 1993 , pp.355-359
11. elyahyauiy\ IalIa. htmwww.chez.com\ Grant,August E. op. cit. pp 5-9
12. Gene , Gilmore. Modern Newspaper editing.- Iowa: University Press, Iowa City , 1990, pp.11-12
13. Townsend, Brooke. Desktop Publishing, In; Communication Updat \ edited by

14.August E. Grant.- 4th. Ed.- Boston: Focal Press, 1995.
15.Alfred Lawrence, Lorenz. News reporting and writing.- Boston: Allyn and
16.Bacon, 1996, pp.431-432
17.Steven Owen Shields, Ph.D. Radio Broadcasting; In: Communication
18.Technology Update \ edited by August E. Grant.- 4th.ed.- Boston: Focal press, 1995.
19.Michel Dupagne,Ph.D. High Definition Tlevision; In: Communication
20.Technology Update\ edited by August E.Grant ,4th.ed.- Boston: Focal Press, 1995.
21.Grant August E.(1995), op. cit.
22.Matasha E. Ronczek. Interactive Television; In: Communication Technologu
23.Update\ edited by August E.Grant, 4th.ed.- Boton: Focal Press,1995.
24.Loy A. Sinngleton. Telecommunication in the Information Age.- Cambridge;
25.Massachusette: Ballinger Publishing Company, 2nd.ed., 1996,
26.Safowan Natangara. Impact of Satellite Broadcasting on Media Environment,
27.Media Asia, vol.22, no.3, 1995

ت- مواقع الكترونية تم الاستفادة منها:

-elyahyauiy\ IaIIa.htm www.chez.com\

-Steven Owen Shields,Ph.D. (1995) ,op cit ,pp. 138-139

-elyahyauiy\ IaIIa.htm www.chez.com\

-elyahyauiy\ IaIIa.htm www.chez.com\

- اتصالات الفضاء والقيادة الميدانية **Sunday 5th October,2003**
http://www.al-jazirah.com.sa/digimag/05102003/hk13.htm
- **الاتحاد الدولي للاتصالات، تبسيط إدارة الإنترنت، 2005**
www.itu.int/wsis/tunis/newsroom/.../**internet**-governance-ar.doc

- القرية الالكترونية

http://www.qariya.com/comu/wimax_tech.htm

- النداوي، صبا، مراحل تطور تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية ما بعد البلوتوث، متاحة على الخط، موقع الحوار المتمدن، 2009

www.ahawar.org/debat/show.art.asp?aid=115038

- سالم، شريف، تكنولوجيا الاتصال- الاتصالات السلكية الكابلية، متاح على الخط المباشر، جامعة فلسطين، 2009.

upinar.up.edu.ps/moodledata/182/Lecture_8_ppt.ppt

- سعد لبيب، 2011، التطورات العالمية في تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على الواقع، *متاح على الخط*، /ttp://www.portsudanonline.com
- معهد توب ماكس تكنولوجي 2011

http://www.forum.topmaxtech.net/t132536.html#ixzz1ksrHA2DM.

شبكة الصحفيين الدولية IJNET

ويكيبيديا، الموسوعة الحرة. Social Network

مواقع /http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab pp3rt6hu1i/151

-الشبكات- الاحتماعية- وطريقة عملها

وSocial Network Sites:Definitiom,History,and Nicole B. Ellison

danah m. boyd بواسطة كل من Scholarship

http://jcm.indiana.edu/vol13/issu1/boyd.ellison.html.

http://www.ip-seo.com/latest/2009/03/which-site-do-people-spend-most-time-on-facebook/.

List of social networking websites:-

http://en.wikipedia.org/wiki/list-of-social-networking-websites

:whichsite do people spend most tin on?-مقابل بعنوان Facecbook

http://www.ip-seo.com/latest/2009/03/which-site-do-people-spend-most-time-on-facebook/



الأردن - عمان

هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594+

ص.ب:366 عمان 11941 الأردن

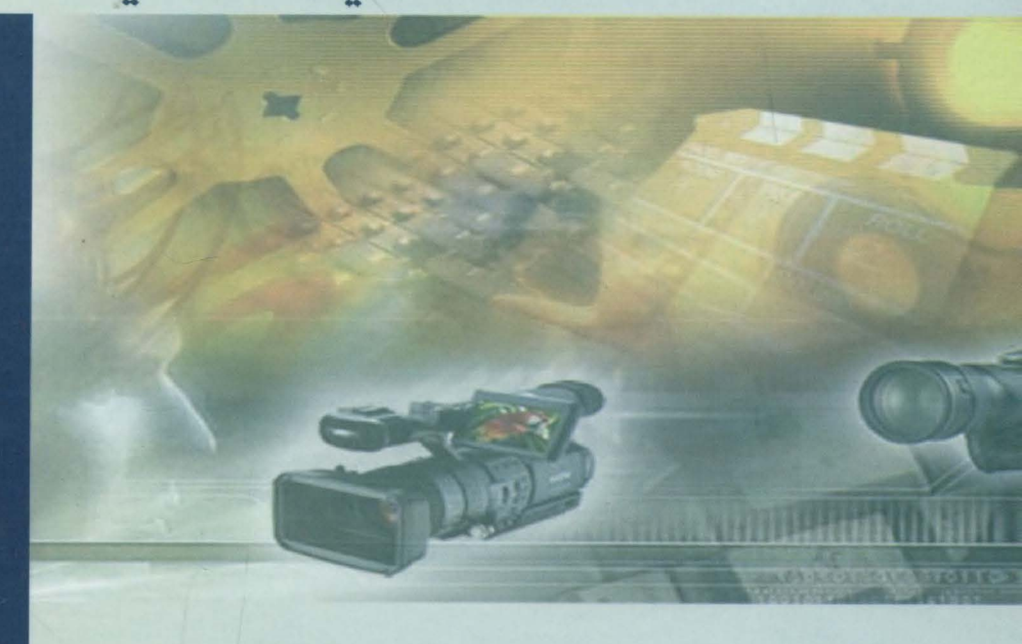
E-mail:dar_alhamed@hotmail.com

E-mail:Darathamed@yahoo.com



الأردن - عمان
هاتف: 5231081 فاكس: +96265235594
ص.ب: 366 عمان 11941 الأردن
E-mail:dar_alhamed@hotmail.com
E-mail:Darathamed@yahoo.com

مدخل إلى وسائل الاعلام
الإلكتروني والفضائي





دار الحامد للنشر والتوزيع

الأردن-عمان

هاتف: 5231081 فاكس: 96265235594+
ص.ب:366 عمان 11941 الأردن
E-mail:dar_alhamed@hotmail.com
E-mail:Daralhamed@yahoo.com



